

امر بصری و ارتباطات زیست محیطی: تحلیل نشانه شناختی تصاویر مرتبط با بحران آب ایران در کانال های تلگرامی

فرزاد غلامی^۱، سعید رضا عاملی^۲، عبدالله بیجرانلو^۳

تاریخ دریافت: ۹۸/۷/۹، تاریخ تایید: ۹۸/۱۲/۲۶

چکیده

اهمیت تصویر به قدری در جهان اجتماعی افزایش یافته است که برخی از پژوهشگران و محققان دیداری بودن یا بصیرت را وجه ممیزه فرهنگ مدرن می دانند. در حوزه ارتباطات زیست محیطی هم با توجه به پیچیدگی موضوعات، تصاویر این پتانسیل را دارند که با ساده کردن موضوعات توجه مخاطبین را به خود جلب کنند. بر این اساس موضوع این پژوهش استفاده کنشگران محیط زیست و روزنامه نگاران محیط زیست فعال در تلگرام از تصاویر برای فهم موضوع بحران آب در ایران است؛ بنابراین سؤال پژوهش این است که تصاویر مورد استفاده در کانال های تلگرام بحران آب را در چه چارچوب های تعریف کرده اند؟ برای پاسخ به سؤال فوق ۱۷ کانال تلگرامی مرتبط با بحران آب ایران شناسایی شده و تصاویر آن ها در بازه زمانی فروردین ۹۶ تا دی ۹۷ استخراج شده است. پس از کدگذاری اولیه تصاویر، با استفاده از تحلیل نشانه شناسی اجتماعی تصاویر تحلیل شده اند. یافته های پژوهش حاکی از آن است که اقتصاد سیاسی آب، محیط زیست گرایی، عدالت زیست محیطی و امنیت زیست محیطی مهم ترین چارچوب هایی هستند که برای تعریف بحران آب در تصاویر به کار گرفته شده است. در متن مقاله برای هر چارچوب دو نمونه تصویر آورده شده است.

واژگان کلیدی: ارتباطات زیست محیطی، چارچوب بندی، امر بصری، نشانه شناسی اجتماعی، بحران آب

۱. استادیار مطالعات ارتباطی گروه علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، نویسنده مسئول
farzadgholami@ut.ac.ir

۲. استاد گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
ssameli@ut.ac.ir

۳. استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
Bikaranlou@ut.ac.ir

جوامع به‌طور روزافزونی در تولید مباحثات اجتماعی و نیز شکل‌دهی به افکار عمومی به تصاویر وابسته شده‌اند، اما تصاویر تنها در حوزه مباحثات اجتماعی و ایجاد توجهات عمومی مطالعه نمی‌شوند. بسیاری از محققان ادعا می‌کنند که تصویر جزء مرکزی برای ارتباط برقرار کردن درباره ایده‌های پیچیده هستند، ایده‌هایی که اگر تصویر جزئی از نحوه ارائه آن‌ها نباشد، نمی‌توانند توجه عمومی را جلب کنند (سایفرت، ۲۰۱۳: ۸). اهمیت تصویر به‌گونه‌ای است که محققانی همچون نلسون و یویتون (۱۹۹۵: ۵۴۷ به نقل از سایفرت، ۲۰۱۳: ۸) اهمیت و قدرت تصویر در ایجاد عقاید عمومی را حتی بیشتر از متن همراه آن می‌دانند. حتی برخی از محققین پا را از این هم فراتر گذاشته‌اند و تأکید می‌کنند که «کلمات در قیاس با تصاویر اهمیت ثانوی دارند و تنها معنای تصاویر را بازتولید می‌کنند» (بنگرید به گانتر، ۱۹۸۷، به نقل از سایفرت، ۲۰۱۳: ۹). می‌توان گفت یکی از دلایل این است که تصویر هر شیء نزدیک‌ترین چیز به واقعیت آن است و به تجربه مستقیم انسان از اشیا شباهت نزدیک دارد (داندیس، ۱۳۹۱: ۱۹).

میرزوف دیداری بودن یا همان بصیرت^۱ را ویژگی مهم زندگی مدرن قلمداد می‌کند و تأکید می‌کند که این امر نقشی محوری در زندگی مدرن دارد (میرزوف، ۲۰۰۶). به همین دلیل برخی از محققان از «جایگزین شدن امر زبانی توسط امر بصری» سخن گفته‌اند (ایدیما به نقل از وینتراپ، ۲۰۱۰: ۱۹۸). ویتکنشتاین نیز موضوع اهمیت تصویر را این‌گونه بیان می‌کند: «یک تصویر یک واقعیت است» و «یک تصویر منطقی از امور واقع یک تفکر و اندیشه است» (جنکر، ۲۰۰۳: ۱).

بسیاری از محققان بر ابعاد تصویری فرهنگ مدرن تأکید دارند و بعد تصویری شدن را وجهه متمایز فرهنگ مدرن قلمداد می‌کنند. به همین دلیل است افرادی مانند میرزوف (۱۹۹۹، به نقل از اسپنسر ۱۳۹۵: ۲۵) تأکید می‌کنند که «ما هم‌اکنون در فرهنگی زندگی می‌کنیم که از نظر اشکال تصویری اشباع شده است» یا برخی دیگر از محققان بر این باورند که «مدرنیته متأخر با چرخشی تصویری در حال حرکت به سوی فرهنگی به‌شدت تصویرگرایانه است» (اسپنسر، ۱۳۹۵: ۲۵).

همان‌گونه که میرزوف تأکید کرده است، بصیرت به این معناست که تصویر را به عنوان واقعیتی اجتماعی در نظر بگیریم (۲۰۰۶: ۵۳). بر این اساس بسیاری از اندیشمندان امر دیداری

را هسته مرکزی برساخت زندگی اجتماعی می‌دانند به‌عنوان مثال وارن (۱۹۹۳) «تصویر را هم ثبت‌کننده و هم وسیله‌ای ارتباطی می‌داند» و یا کمپل (۲۰۰۷) اهمیت امر دیداری را این‌گونه بیان کرده است که «دیدن پیشروترین راه برای جمع‌آوری اطلاعات درباره جهان است» (نقل از صالحی، ۱۳۹۴: ۲۵۳).

حال که تصویر تا این اندازه در جهان مدرن مهم و تأثیرگذار است باید پرسید دلیل این اهمیت و تأثیرگذاری در چیست؟ یکی از دلایل این است که تصاویر مفاهیم و وقایع را برای خواننده در راه‌هایی چندگانه منتقل می‌کنند و در نتیجه فرمی جدید از فهم ایجاد می‌کنند که بسیار فراتر از دلالت یا بازنمود صرف است. معنای بصری از طریق ساختار ترکیب تصاویر، بافت بازنمایی آن‌ها و نیز دانش موقعیتی بیننده شکل می‌گیرد. قدرت بی‌همتای تصویر به صورت گسترده‌ای که در اختیار رسانه کلام به‌تنهایی نیست از برانگیختن پاسخ‌های سریع و بی‌واسطه و ناخودآگاهانه در بیننده نشأت می‌گیرد. تصاویر اغلب کارآمدتر از متن به‌تنهایی هستند، همان‌طور که سوزان سونتگ در اشاره به عکس‌های جنگ بیان می‌کند که آن‌ها تقویت می‌کنند، آن‌ها ساده‌سازی می‌کنند، آن‌ها تحریک می‌کنند و آن‌ها توهم وفاق ایجاد می‌کنند (مندلسون، ۲۰۱۰). قدرت احساسی تصاویر جایگاه ویژه‌ای در اقناع دارد، چراکه دریافت‌کننده پیام فرصتی برای پاسخگویی به اقناع تصاویر ندارد (منتظر قائم و عرفانی، ۱۳۹۲: ۶۴).

اگرچه تصاویر تفسیرهای تقلیل‌گرایانه از وضعیت را بر مخاطب تحمیل می‌کنند، اما می‌توان گفت که چه از منظر تولید و چه از منظر توزیع، تصویری کردن هر موضوعی نوعی برساخت فرهنگی به شمار می‌رود، به عبارتی از تصاویر می‌توان برای اولویت دادن به معانی استفاده کرد (اسپنسر، ۱۳۹۵: ۲۹). به عبارتی یکی از کارکردهای تصاویر معنادار کردن زندگی اجتماعی است (اسپنسر، ۱۳۹۵: ۴۳).

تصاویر از طریق ارزش‌های تفسیری همسان با گزاره‌های کلامی عمل نمی‌کنند، تصاویر می‌توانند گزاره‌های رتوریک بسازند که شاید برای کلام به‌تنهایی امکان‌پذیر نباشد (مندلسون، ۲۰۱۰). امر تصویری را می‌توان بخشی از فرآیند رتوریک بیان و تفسیر معانی دانست که ما را به استفاده از استعاره و ارتباط همدلانه میان شناخت و تجربه‌هایی که با واژگان قابل بیان نیستند، تشویق می‌کند (اسپنسر، ۱۳۹۵: ۳۴). البته باید به این امر هم توجه داشته باشیم که معنای ادراک شده از تصاویر تحت انقیاد و محدودیت‌های فرم‌های رتوریک است که در یک فرهنگ وجود دارد و در جریان است (اسپنسر، ۱۳۹۵: ۳۹).

طرح مسئله

در مباحث محیط‌زیست و پیام‌های ارتباطات زیست‌محیطی تصویر از اهمیت دوچندانی برخوردار است چراکه مباحث محیط‌زیستی نیازمند راه‌های جدید برای جلب توجه و پذیرش توسط مخاطبان هستند. یکی از بهترین راه‌های ارتباطی برای انتقال پیام‌های محیط‌زیستی استفاده از نمادها و تصاویر برای انتقال معانی مورد نظر کنشگران است؛ بنابراین در این بخش ابتدا به صورت مختصر به نحوه استفاده کنشگران و فعالان محیط از تصاویر برای اطلاع‌رسانی و انتقال پیام‌های مد نظرشان خواهیم پرداخت.

هانگین شش عامل ضروری برای ساخت موفق یک مسئله محیط‌زیستی را این‌گونه برمی‌شمرد: ۱. اقتدار علمی برای معتبرسازی ادعاها ۲. وجود مروجان علمی که بین محیط-زیست‌گرایی و علم رابطه برقرار کنند ۳. توجه رسانه‌ای برای مهم جلوه دادن مسئله زیست-محیطی ۴. بزرگنمایی مسئله با اصطلاحات و قالب‌های نمادین و بصری ۵. وجود مشوق‌های اقتصادی برای اقدام مثبت و ۶. وجود یک حامی نهادی برای تضمین مشروعیت و استمرار مسئله (هانگین، ۱۳۹۳: ۱۶۲-۱۶۴). یکی از راه‌ها برای تحقق شرط چهارم از میان شش شرط فوق مربوط به استفاده گروه‌های محیطی زیستی از تصاویر و قدرت آن برای عمومی کردن و درگیر کردن افراد بیشتر با موضوعات محیط‌زیستی است. چراکه «تصاویر نوعی میان‌بر شناختی در ذهن مخاطب ایجاد می‌کنند که استدلال‌های پیچیده را در یک استدلال خلاصه می‌کند که به آسانی فهمیدنی و از نظر اخلاقی محرک است» (هانگین، ۱۳۹۳: ۱۶۴).

دلوکا و لاوسون و سان (۲۰۱۲) در مقاله که در مورد نقش رسانه‌های اجتماعی در جنبش اشغال وال استریت نوشته‌اند، بر این امر تأکید می‌کند که گروه‌های معترض برای اثرگذاری و به نتیجه رسیدن باید بر روی پرده^۱ حضور داشته باشند، چراکه این پرده‌های اکران هستند که واقعیت‌های اجتماعی را بر ساخت می‌کنند (دلوکا و لاوسون و سان، ۲۰۱۲: ۴۹۰).

دلوکا (۱۹۹۳: ۳-۴) اصطلاح «اتفاق تصویری» را برای استفاده گروه‌های هوادار محیط‌زیست از رسانه‌ها (برای بیان خواسته‌هایشان) مطرح می‌کند. به این معنا تصاویر اعتراضات این گروه‌ها می‌تواند به موادی با ارزش خبری برای رسانه‌ها بدل گردد. از نظر وی استفاده این گروه‌ها از «اتفاق تصویری» نوعی راهبرد رتوریکی این گروه‌ها برای دیده و شنیده شدن ادعاهای‌شان است.

1. screen

به عقیده دلوکا و دلیکات (۲۰۰۳) رویدادهای تصویری ابزاری مناسب برای جلب کردن توجه مخاطبان بی‌طرف یا خنثی نسبت به مسائل زیست‌محیطی است. البته کارکرد اتفاقات تصویری و تصاویر دراماتیک صرفاً جلب‌توجه نیست بلکه ابزار ارتباطی مناسبی برای پردازش اطلاعات و حتی شکل‌گیری عقاید سازگار با این موضوعات است (دلوکا و دلیکات، ۲۰۰۳: ۳۲۶). درنهایت آنها تأکید دارند که وقایع تصویری را باید به عنوان «شکلی از پرکتیس جدلی» فهم کرد (دلیکات و دلوکا، ۲۰۰۳: ۳۱۸).

اگر از اهمیت فوق‌العاده اتفاقات تصویری و نقش آن‌ها در پیشبرد اهداف گروه‌های هوادار محیط‌زیست بگذریم و بخواهیم برای ماهیت امر بصری تأکید کنیم می‌توان گفت همان‌طور که بیوس (۱۹۷۱) مطرح کرده است رتوریک بصری ظرفیت اقناعی برای تقویت و بازتولید و تغییر شکل نگرش‌های بنیادین نسبت به زندگی را دارد و می‌تواند ارزش‌های اجتماعی که در محیط‌زیست گرایمی مرکزیت دارند را تغییر دهد (سایفرت، ۲۰۱۳: ۱۰)؛ بنابراین همان‌گونه که اونیل^۱ و نیکلسون کلو^۲ می‌گویند تصاویر می‌توانند افراد دور از موضوع و نیز ناتوان‌مند را درگیر کرده و نیز می‌توانند حسی از درگیری شخصی ایجاد کنند (اونیل و نیکلسون کلو، ۲۰۰۹: ۳۷۴-۳۷۵).

اگر یکی از خصلت‌های تصاویر را ویژگی برساختی بودن آن‌ها بدانیم، بر اساس آن می‌توان ادعا کرد که وقتی گروه‌های هوادار محیط‌زیست تصاویر رسانه‌ای را برای موضوعات زیست‌محیطی استفاده می‌کنند، تنها واقعیت را بازنمایی نمی‌کنند بلکه آن‌ها را خلق می‌کنند (هارتلی، ۱۹۹۲، به نقل از سایفرت، ۲۰۱۳: ۱۰).

با عنایت به آنچه که در سطور بالا مطرح شد، می‌توان گفت استفاده از تصاویر می‌تواند موضوع بحران آب را برای مخاطب ساده‌سازی و آن را قابل‌فهم کند، چراکه تصاویر این پتانسیل را دارند که حس دراماتیک در مخاطب ایجاد کنند، توجه جلب کنند و مردم را به عمل برای تغییر وضعیت موجود تشویق و ترغیب کنند؛ اما تاکنون در ایران توجه چندانی به این‌که چگونه از تصاویر و امور بصری در پیام‌های رسانه‌ای برای درگیر کردن مخاطبان با موضوع آب استفاده شده است، صورت نگرفته و به عبارتی پتانسیل امر بصری برای عمومی کردن موضوع بحران آب چندان مورد توجه محققان قرار نبوده است. اگرچه باید گفت امروز موضوعات زیست‌محیطی به موضوعی جذاب برای علوم اجتماعی بدل شده است و از سوی محققان این حوزه هر روز بیش از

1. O'Neill
2. Nicolson-Cole

قبل مورد توجه قرار گرفته است (آروین و کیلیورن، ۲۰۱۱ به نقل از صالحی، ۱۳۹۳: ۱۵۴)؛ اما در حوزه فرهنگ بصری در ایران تحقیقات چندانی در حوزه محیط زیست انجام نشده است. یکی از روش‌های رایج برای تحلیل تصویر، رویکرد نشانه‌شناسی است که به عنوان مناسب‌ترین روش برای تحلیل تصاویر همواره مورد توجه محققان قرار گرفته است. رویکردهای نشانه‌شناسی مبنای زبان‌شناسی دارند، اما کرس و ون لیوون با تطبیق مدل نقش‌گرای هالیدی در زبان‌شناسی بر روی تصاویر، رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی را برای تحلیل تصاویر به کار گرفته‌اند. در الگوی آنان تصویر همانند زبان، یک منبع بازنمودی تلقی شده است که از اصولی قاعده‌مند پیروی می‌کند (کرس، ون لیوون، ۱۳۹۵: ۳۴). بنابراین مسئله این پژوهش برساخت پیام‌های بحران آب در تصاویری است که در کانال‌های تلگرامی مرتبط با بحران آب مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

سؤال پژوهش

با توجه به طرح مسأله پژوهش، پرسش پژوهش این است که کنشگران فضای مجازی در کانال‌های تلگرامی بحران آب را در قالب تصاویر در چه چارچوب‌هایی تعریف کرده‌اند؟

پیشینه تحقیق

در پیشینه تحقیق نگارندگان سعی کرده‌اند که به تحقیقاتی اشاره کنند که یا مستقیم به بحث رسانه‌ها و آب پرداخته باشند، یا به نقش رسانه‌های اجتماعی در ارتباطات زیست‌محیطی مربوط باشد؛ به همین دلیل تحقیقاتی که ممکن است در حوزه ارتباطات زیست‌محیطی انجام شده باشند اما در دایره دو حیطه فوق نبودند، نادیده گرفته شده‌اند.

در تحقیقی با عنوان «واکاوی معنایی واکنش شهروندان نسبت به اطلاعات زیست‌محیطی رسانه ملی: با تأکید بر اطلاع‌رسانی مسائل آب بازیافتی» که در فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی چاپ شده است؛ طالبی، شهابی و عنایتی (۱۳۹۵) به این موضوع پرداخته‌اند که شهروندان در امور مرتبط با سلامت آب و محصولات کشاورزی به چه نحوی اخبار رسانه ملی را مورد واکاوی قرار می‌دهند؟ یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که شهروندان خوانشی تخالفی از این پیام‌ها دارند و این به دلیل تفسیر آن‌ها از شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی-فرهنگی کشور است. بی‌اعتباری نهادی رسانه ملی باعث می‌شود در نهایت شاهد استحاله خبر رسمی و پذیرش ریسک هدفمند شایعه از سوی مخاطبان باشیم.

رضوانه عرفانی حسین پور (۱۳۹۲) در رساله کارشناسی ارشد خود با عنوان «تحلیل رتوریک مستندهای مربوط به بحران زیست‌محیطی دریاچه ارومیه» با تمرکز بر حوزه ارتباطات زیست‌محیطی و با استفاده از روش کیفی، به تحلیل رتوریک شش مستند ساخته شده درباره بحران زیست‌محیطی دریاچه ارومیه پرداخته و کوشیده است ضمن مطالعه چگونگی بازنمایی این بحران در نمونه‌های تحقیق، اهداف رتوریکی و استراتژی‌های اقناعی به کار گرفته شده برای ایجاد اثرات رتوریکی در آن‌ها را مورد سؤال قرار دهد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کنشگران میدان مستندسازی درباره بحران دریاچه ارومیه نتوانسته‌اند در فهم، مطالعه و بازنمایی بحران از سطح فراتر رفته و به عمق لایه‌های آن نفوذ کنند. به‌علاوه، ناتوانی در ارائه راه‌حل، نگاه کوتاه‌مدت و مقطعی به بحران، کمبود عناصر منطقی و عقلانی در اقناع مخاطبان، متغیر بودن هدف تولید در طول مستند و یا ناهماهنگی آن با محتوای نهایی نیز حاکی از فقدان استراتژی مناسب ارتباطی در تولید مستندهاست که کمترین پیامد آن، سردرگمی مخاطبان است.

فاطمه فرخی (۱۳۹۶) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «نقش رسانه‌های جدید در دگرگونی شیوه‌های ارتباطی سازمان‌های مردم‌نهاد: تحلیل تجربیات فعالان سمن‌های زیست-محیطی» نقش رسانه‌های جدید در دگرگونی شیوه‌های ارتباطی سازمان‌های مردم‌نهاد را مطالعه کرده است. محقق در پی فهم این بوده است که شیوه‌های ارتباطی سازمان‌های مردم‌نهاد زیست-محیطی با ظهور رسانه‌های جدید چه تغییری کرده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که کنشگران محیط‌زیست برای رساندن صدای خود به جامعه، خود را محدود نکرده و از تمام شیوه‌های ارتباطی به‌تناسب موقعیت و شرایط موجود، بهره می‌برند، اما عوامل بسیاری همچون محدودیت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و تناسب شیوه‌های ارتباطی با پتانسیل منطقه و جامعه هدف به لحاظ دستیابی به رسانه‌های نوین در انتخاب شیوه‌های ارتباطی سمن‌ها بسیار مؤثر بوده است. همچنین یافته‌های این تحقیق نشان داده است که انواع مختلف ارتباطات جایگزین هم نمی‌شوند بلکه همدیگر را تکمیل می‌کنند.

ادبیات نظری

در بخش چارچوب نظری ابتدا تعاریف ارتباطات زیست‌محیطی ذکر شده و سپس حوزه‌های مختلف مورد مطالعه در ارتباطات زیست‌محیطی تشریح شده است.

ارتباطات زیست‌محیطی

گسترده‌گی موضوعات مطرح‌شده در ارتباطات زیست‌محیطی تعریف این حوزه را با چالش مواجه کرده است (کوکس و پزولو، 2017: ۱۲)؛ بنابراین می‌توان گفت که یکی از مشکلات متخصصان این حوزه تعریف اصطلاح ارتباطات زیست‌محیطی است. اگرچه نباید در دام تعاریف گرفتار شد ولی به دلیل نو بودن این حوزه در ایران، ابتدا چند تعریف مختلف که از این حوزه صورت گرفته است را ذکر خواهیم کرد و در ادامه مهم‌ترین مسائل مطرح در این عرصه را به صورت مختصر به جای تعاریف تشریح خواهیم کرد.

ارتباطات زیست‌محیطی استفاده استراتژیک و برنامه‌ریزی شده از فرآیندهای ارتباطی و محصولات رسانه‌ای برای حمایت از سیاست‌گذاری مؤثر، مشارکت عمومی و اجرای پروژه‌ها به سمت پایداری زیست‌محیطی است. به عبارتی ارتباطات زیست‌محیطی با طراحی کردن استراتژی‌های ارتباطی مشخص از روش‌ها، ابزارها و تکنیک‌هایی نهادینه شده ارتباطات توسعه، آموزش بزرگسالان، بازاریابی اجتماعی، ترویج کشاورزی، روابط عمومی و آموزش‌های غیررسمی استفاده مؤثری می‌کند (گزارش گروه توسعه و محیط‌زیست، ۱۹۹۹: ۸).

اکنون کاملاً پذیرفته شده است که ارتباطات زیست‌محیطی ادراک فرد و شیوه‌های زندگی را تفسیر می‌کند. ارتباطات نه تنها منعکس‌کننده بلکه تولیدکننده، ساختاربخش و طبیعی‌ساز روابط انسانی با محیط‌زیست است. (اروه بازن و دیگران، ۲۰۱۴: ۱۹).

ارتباطات زیست‌محیطی چیزی بیشتر از بحث و گفتگو درباره محیط‌زیست در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و زبان‌شناختی است، ارتباطات زیست‌محیطی، ابزاری عمل‌گرا و سازنده برای فهم محیط‌زیست و همچنین روابط ما با جهان طبیعی است (کوکس و پزولو، ۲۰۱۷: ۲۰). مطابق این نظریه ابزارهای عمل‌گرا به مجموعه‌ای از ابزارهای کاربردی اشاره دارد که هدف آن‌ها آموزش، تربیت، اقناع، متقاعدسازی، ایجاد تغییر، انگیزش، حل مسئله و تصمیم‌گیری به‌عبارت‌دیگر ایجاد واکنش و حساسیت در مردم است. ضمناً ابزارهای سازنده بر اجرای نقش‌های خلاقانه تمرکز دارد که هدف آن شکل‌دهی یا تجدیدنظر در دیدگاه‌ها، نقش‌ها، درک طبیعت و محیط اطراف است (کوکس و پزولو، ۲۰۱۷: ۲۰). ارتباطات زیست‌محیطی معنا را از طریق سیستم نمادین، علائم و رفتارهای مشترک انتقال می‌دهد، در نتیجه یک سیستم نمادین یکپارچه ایجاد می‌نماید (کوکس و پزولو، ۲۰۱۷: ۲۰).

از زمانی که انواعی از سبک‌ها، پلتفرم‌ها و وسایل به کار گرفته شده برای تحلیل مسائل محیط‌زیستی از رشته‌های علمی مختلف اقتباس و در قالب نمادهای متفاوت رمزگذاری شد، به شکل‌گیری یک پارادایم بین‌رشته‌ای در ارتباطات کمک کرد. در این پارادایم بین‌رشته‌ای رتوریک و گفتمان نقش حیاتی‌ای ایفا می‌کنند (کوکس و پزولو، ۲۰۱۵: ۲۷). رتوریک زیست‌محیطی یکی از عناصر کلیدی شکل‌گیری ارتباطات زیست‌محیطی است (پلازینو، ۲۰۱۶: ۱۰۸).

ارتباطات زیست‌محیطی مجرای برای افراد، مؤسسات، جوامع و فرهنگ‌ها برای توزیع، دریافت، درک و استفاده از پیام‌های مربوط به محیط‌زیست است. از طریق ارتباطات زیست‌محیطی مخاطبان به معانی اجتماعی مشترک و درک محیط‌زیست دست می‌یابند (بکر، ۲۰۱۵: ۸). سطح مشارکت و درگیری افراد با مسائل زیست‌محیطی تا حدود زیادی بستگی به شیوه‌هایی دارد که ارتباطات زیست‌محیطی در قالب آن‌ها مسائل را چارچوب‌بندی می‌کند (بکر، ۲۰۱۵: ۸).

با توجه به تعاریف مختلفی که از ارتباطات زیست‌محیطی صورت گرفته است برای معرفی این حوزه بهتر است به جای چالش بر سر تعریف این اصطلاح حوزه‌های تحقیقی این عرصه را تشریح کنیم تا حدود آن برای ما بیشتر مشخص شود. رابرت کوکس و پزولو مهم‌ترین حوزه‌های تحقیقاتی در عرصه ارتباطات زیست‌محیطی را تشریح کرده‌اند. از نظر رابرت کوکس و پزولو (۲۰۱۷: ۱۲-۱۵) تحقیقات انجام شده در حوزه ارتباطات زیست‌محیطی در یکی از ۷ حیطه زیر می‌گنجد^۱: ۱. رتوریک زیست‌محیطی ۲. مشارکت عمومی در تصمیم‌گیری‌های زیست‌محیطی ۳. مدل‌های حل منازعات زیست‌محیطی ۴. روزنامه‌نگاری زیست‌محیطی ۵. بازنمایی محیط‌زیست در فرهنگ عامه‌پسند و تبلیغات ۶. کمپین‌های حمایت از محیط‌زیست و ۷. ارتباطات ریسک.

در دو حوزه بازنمایی محیط‌زیست و روزنامه‌نگاری محیط‌زیست همواره موضوع چارچوب‌بندی از مهم‌ترین موضوعات بوده است. در ادامه به مبحث چارچوب‌بندی پرداخته شده است.

۱. هر یک از این حوزه‌ها نیازمند تشریح است اما به دلیل جلوگیری از طولانی شدن در مقاله از تشریح آنها خودداری کرده‌ایم، برای مطالعه بیشتر ۷ موضوع فوق به این منبع رجوع کنید:

Cox, Robert, and Pezzullo, Phaedra (2015). *Environmental communication and the public sphere*, 4th edition, Sage Publications.

چارچوب‌بندی

در ساده‌ترین حالت می‌توان گفت که چارچوب‌بندی به این معنا است که وقتی ما در مورد جهان صحبت می‌کنیم، چگونه آن را بر ساخت می‌کنیم. در زندگی روزمره برای درک و سازمان‌دهی ایده‌ها و فهم مسائل پیچیده از چارچوب‌ها استفاده می‌کنیم. مفهوم چارچوب‌بندی از سنت بر ساخت‌گرایی اجتماعی نشأت گرفته است که تأکید می‌کند آنچه ما آن را واقعیت فرض می‌کنیم به صورت اجتماعی بر ساخت شده است (اندرسون، ۲۰۱۴: ۴۱). چارچوب‌سازی برای شکل دهی به دیدگاه‌های افراد ضروری است، زیرا به آنان کمک می‌کند تا از توالی بی‌معنای رویدادها معنا کسب کنند (دی ورس و لکلر، ۲۰۱۱). اهمیت چارچوب‌ها در زندگی ما به گونه‌ای است که پلاک اف (۲۰۰۴) چارچوب‌ها را به عنوان ساختارهای ذهنی که دیدگاه ما درباره جهان را شکل می‌دهد، تعریف می‌کند.

از نظر اتمن چارچوب‌بندی رسانه‌ای شامل «تعریف مشکل، تفسیر علی، ارزیابی اخلاقی و ارائه راه‌حل است (اتمن، ۱۹۹۳: ۵۲). چارچوب‌ها زمانی خلق می‌شوند که ارتباط‌گران برخی از جنبه‌های یک مسئله را برای مخاطب برجسته‌تر می‌کنند. همان‌طور که اتمن می‌گوید چارچوب‌های ارتباطی یک مشکل را توضیح می‌دهند، عوامل را شناسایی می‌کنند و راه‌حل‌هایی ارائه می‌دهند (جاسپر، ۲۰۱۶: ۶۹). در مطالعات رسانه‌ای چارچوب‌بندی به عنوان مکانیسم مهمی مطرح شده است که از طریق آن رسانه‌ها بر نگرش‌های عمومی تأثیر می‌گذارند. چارچوب‌ها به شیوه‌های ارائه و تفسیری اشاره دارند که واقعیت‌های اجتماعی را ایجاد می‌کنند (تانگ و هوه، ۲۰۱۳: ۴)؛ بنابراین نظریه چارچوب‌بندی برای این که رسانه‌ها چگونه یک موضوع را به ما ارائه می‌کنند، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مانند تمام شکل‌های ارتباطات، ارتباطات زیست‌محیطی نیز در معرض چارچوب‌سازی قرار می‌گیرد. این چارچوب‌سازی حتی قبل از رسیدن پیام به مخاطب صورت می‌گیرد (دیدرینگ، ۲۰۰۸: ۱۴). اگر دانشمندان، محققان و شهروندان بخواهند ارزیابی و یا مشارکت در مباحث زیست‌محیطی را به خوبی انجام دهند، آن‌ها نیاز به درک چارچوب‌ها به عنوان یک فرآیند شناختی، اجتماعی و سیاسی دارند (نیومن و نیسبت، ۲۰۱۵: ۳۶۱). به عبارتی دیگر عموم جامعه برای درک مسائل پیچیده زیست‌محیطی و گفتمان‌ها متکی به چارچوب‌ها هستند.

در زمینه ارتباطات زیست‌محیطی همان‌گونه که هنسن (۲۰۱۱) خواستار شده است تحقیق در زمینه چارچوب‌بندی مجموعه ارزشمندی از رویکردهای نظری و روشی برای ارزیابی عوامل

مؤثر در ایجاد انگیزه در جنبش‌های اجتماعی و اعتراض‌ها، کنش‌های رهبران سیاسی، پوشش خبری رویدادها، الگوهای جلب توجه و افکار عمومی فراهم می‌کند.

روش تحقیق

در این پژوهش از روش نشانه‌شناسی اجتماعی تصاویر کرس و ون لیوون استفاده شده است. الگوی کرس و ون لیوون الگویی بسیار جامع است که پتانسیل بسیار خوبی برای تحلیل هر نوع مصنوع بصری را دارد. رویکردهای مختلف نشانه‌شناسی معمولاً برای تحلیل ایدئولوژی به کار گرفته می‌شوند (بنگرید به الگوی بارت، الگوی فیسک و...) اما الگوی کرس و ون لیوون بسیار روشمند و ریزبینانه به توصیف و تحلیل محتوای تصویر می‌پردازد، به همین دلیل در این پژوهش نیز از این روش برای تحلیل تصاویر استفاده شده است.

اگرچه پرداختن به مبانی که الگوی آن‌ها بر آن بنا شده است، خالی از لطف نیست اما با توجه به طولانی شدن بخش روش تحقیق از ذکر مبانی نظری این روش خودداری می‌کنیم^۱ و فقط به الگویی برگرفته شده از کار آنان خواهیم پرداخت. آن‌ها مدل فرانش‌های سه‌گانه نشانه‌ای هالیدی را با عنوان‌های متفاوتی برای حوزه ارتباطات تصویری تشریح کرده‌اند، از نظر آن‌ها این سه فرانش عبارت‌اند از: بازنمودی^۲، تعاملی^۳ و ترکیبی^۴. در جدول زیر خلاصه‌ای از این سه نقش ارائه شده و در ادامه نحوه به‌کارگیری این مراحل در پژوهش تشریح شده است.

فرانش‌های بصری مدل کرس و لیوون	مهم‌ترین عناصر هر فرانش
فرانش بازنمودی	- موضوع تصویر - شرکت‌کنندگان تعاملی - شرکت‌کنندگان بازنموده - ساختار روایی (کنشی و واکنشی) - ساختار مفهومی (فرآیندهای دسته‌بندی، تحلیلی و نمادین)

۱. برای آگاهی از مبانی نظری این الگو به این منبع رجوع کنید. کرس، گونتر و ون لیوون، تئو (۱۳۹۵) خوانش تصاویر: دستور طراحی بصری، ترجمه سجاد کیگانی، ویراستار فرزانه سجودی، تهران: نشر هنر نو.

2. Representational Meta function
3. Interactional Meta function
4. Compositional Meta function

فرانقش‌های بصری مدل کرس و لیون	مهم‌ترین عناصر هر فرانقش
فرانقش تعاملی	- شرکت‌کنندگان تعاملی و شرکت‌کنندگان گذار - تماس چشمی (عرضه و تقاضا) - فاصله اجتماعی (نما) - نگرش (زاویه دوربین)
فرانقش ترکیبی	- ارزش اطلاعاتی - برجستگی - قاب‌بندی

برگرفته از مدل کرس و ون لیون ۱۳۹۵

نمونه‌گیری

ابتدا ۱۷ کانال تلگرامی برجسته و پرمخاطب مرتبط با بحران آب شناسایی را کردیم و سپس در بازه زمانی فروردین ۹۶ تا دی ۹۷ را رصد کردیم و تصاویر مرتبط با بحران آب را شناسایی کردیم. برای شناسایی چارچوب‌های کلان این‌گونه عمل کرده‌ایم که ابتدا طبق مؤلفه فرانقش تعاملی الگوی کرس و ون لیون که هدفش تشریح چیرستی و مشخص کردن موضوع تصویر است، تصاویر توسط سه محقق کدگذاری شدند و بعد از کدگذاری اولیه تصاویر موضوع هر تصویر مشخص شد، سپس با منطق روش کیفی که فرآیند آن دورانی و رفت‌وبرگشت به میدان تحقیق و رجوع به مباحث نظری است، در ادبیات نظری این حوزه چارچوب‌های کلانی که در زمینه علوم اجتماعی و محیط‌زیست مطرح است مورد مطالعه قرار گرفت. محققین البته خود را محدود به چارچوب‌های کلان پیشینی نکردند و بنا را بر این گذاشتند که نباید تصاویر را بر چارچوب‌ها به‌گونه‌ای تطبیق داد که هر تصویر اجباراً ذیل یک چارچوب قرار گیرد، اما در عمل تصاویر با تعدادی از چارچوب‌های کلان پیشینی تطابق داشتند. بعدازاین مرحله طبق الگوی کرس و ون لیون تصاویر به نحو مفصل تحلیل شدند تا نحوه چارچوب‌بندی آن‌ها از بحران آب مشخص گردد. البته در متن این مقاله برای هر چارچوب دو تصویر مهم و برجسته به عنوان نمونه انتخاب کردیم و با رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی آن‌ها را تحلیل کردیم.

یافته‌های تحقیق

با تحلیل تصاویر مرتبط چهار چارچوب‌های کلان اقتصاد سیاسی آب، عدالت زیست‌محیطی، محیط‌زیست‌گرایی و امنیت زیست‌محیطی شناسایی شدند. در ادامه هر چارچوب کلان به صورت مختصر معرفی و برای آن دو تصویر به عنوان نمونه مورد تحلیل نشانه‌شناسی قرار گرفته است.

چارچوب محیط‌زیست‌گرایی

محیط‌زیست‌گرایی یکی از چارچوب‌های کلانی بود که تصاویر بر مبنای آن چارچوب‌بندی شده بودند. محیط‌زیست‌گرایی را به‌گونه‌ای می‌توان زیرشاخه توسعه پایدار دانست که بر مدیریت بهتر محیط‌زیست با توجه به تأمین نیازهای نسل کنونی و به خطر نینداختن نیازهای نسل‌های آینده تأکید دارد. مفهوم توسعه پایدار به «شیوه غالب گفتگو و برنامه‌ریزی برای ایجاد رابطه‌ای بهبود-یافته میان جوامع و محیط طبیعی‌شان تبدیل شده است»، با توجه چنین رویکردی می‌توان گفت که توسعه پایدار بیان‌کننده تلاش برای یافتن راه‌هایی جهت ترکیب علائق متنوع کشورهای غنی و فقیر جهان است تا رد پای انسان بر محیط‌زیست کم‌رنگ شود (ساتن، ۱۳۹۳: ۲۱۸-۲۱۷).



تصویر شماره یک: محیط‌زیست‌گرایی

فرانقش باز نمودی: در این تصویر یک لیوان بزرگ با مقدار بسیار کمی آب در نیمه پایینی تصویر و بر روی لیوان ساختمان‌هایی با ظاهر کج و معوج شده دیده می‌شوند. بردار کنشی میان دونیمه را نمی‌توان تنها به یک‌سو متصف کرد و این بردار میان دونیمه تصویر در حرکت است؛ بنابراین ساختمان‌ها در نیمه بالایی تصویر به‌مثابه فاعل و لیوان آب به‌مثابه مفعول، برداری را تشکیل می‌دهند و در مقابل برداری نیز از سمت منابع آب به سمت ساختمان‌های شهری وجود دارد. در ساختارهای گذرای دوسویه «کنشگر و هدف می‌توانند در لحظات مختلف جایشان را با

یکدیگر عوض کنند. البته تشخیص این که در تعاملات دوسویه هر دو طرف به صورت هم‌زمان هر دو نقش را می‌پذیرند یا این که وقفه‌ای در تغییر نقش از کنشگر به هدف و برعکس وجود دارد همیشه ساده نیست. اما به‌رحال چنین شرکت‌کنندگانی در ساختارهای گذرای دوسویه «برهم-کنشگر» نام دارند.» (کرس و لیوون، ۱۳۹۵: ۹۷) پس می‌توان گفت ساختمان‌ها (که وجود برج میلاد شهر تهران را به طور خاص باز نمود می‌کند) در نیمه بالایی تصویر به‌مثابه نیمه انسانی جهان، و آب در نیمه پایینی به‌مثابه نیمه طبیعی جهان باز نمود شده، بر روی هم کنشگری دارند. این کنشگری به صورت حذف منابع آب از سمت زندگی شهری و در نتیجه کاهش سطح آب در یک بردار و کاهش سطح آب و در نتیجه فرونشست زمین و متأثر شدن بناهای شهری دیده می‌شود. طبیعتی که در خدمت بشر است و دستکاری‌اش منابع بهره‌برداری بشر را دچار نقصان می‌کند. نقش طبیعت در این جا نقشی خدماتی (لیوان آب) و در خدمت بشر است که عملکرد انسانی می‌تواند باعث اختلال در آن شود.

فرانقش تعاملی: تعامل میان شرکت‌کنندگان بازنموده و شرکت‌کنندگان گذرا در این تصویر

را می‌توان در سه مورد تماس چشمی و فاصله اجتماعی و نقطه دید مورد بررسی قرار داد. از لحاظ تماس چشمی این تصویر در حالت عرضه کشیده شده و بیننده را به صورت غیرمستقیم خطاب می‌کند و هیچ ارتباط چشمی میان بیننده و شرکت‌کننده بازنموده شده وجود ندارد. این حالت «عرضه» در تصویر بیننده را به تفکر در موضوع بازنمودی تصویر (تأثیر برداشت بیش‌از حد از منابع آب بر رونشست زمین و ایجاد اختلال در بهره‌بری از طبیعت) دعوت می‌کند. نمای تصویر نیز به لحاظ فاصله اجتماعی با ارائه یک نمای متوسط مایل به دور، کلیت زندگی شهری و رابطه آن با محیط‌زیست و منابع آب را در مقابل دیدگاه بیننده قرار داده است. چنین نمایی بیننده را به عنوان ناظری بر کل این فرایند در نظر گرفته است. از لحاظ نگرش و نقطه دید ارتفاع پایین دیدگاه بیننده و همچنین زاویه سر بالای چشم مخاطب فرضی، مخاطب را در حالت ضعف در مقابل هیبت تأثیر استفاده بی‌رویه از منابع آب و فرونشست زمین قرار می‌دهد.

فرانقش ترکیبی: همان‌طور که گفته شد ترکیب‌بندی عناصر تصویر یا چیدمان آن‌ها بیانگر

ساختاری است که عامل ایجاد ارتباط میان عناصر بازنمودی و گذرا می‌شود و در نهایت این دو الگو را در قالب مجموعه‌ای معنی‌دار در هم می‌آمیزد. از آن جا که این تصویر هم یک ترکیب‌بندی متقارن دارد و هم کل سوژه در مرکز تصویر قرار گرفته است، ارزش اطلاعاتی اجزایش را نمی‌

توان به صورت جداگانه درجه‌بندی کرد. به همین بیان عنصر معلوم و عنصر مجهول در تصویر وجود ندارد. آنچه در مرکز تصویر قرار می‌گیرد عنصر مرکزی تصویر است و بقیه عناصر که گرداگرد آن را می‌گیرند عناصر حاشیه‌ای هستند. عنصر مرکزی هسته اطلاعاتی پیام مورد نظر به حساب می‌آید و دیگر عناصر، عناصر کم‌اهمیت هستند (کرس و ون لیوون، ۱۳۹۵: ۲۷۰).

همچنین در بعد برجستگی جزئیات این تصویر در پس‌زمینه و پیش‌زمینه از هم تفکیک نشده و تصویر به صورت تخت ارائه شده است. اما اندازه لیوان آب در برابر نمای شهری و بناهای آن، با توجه به این که تمامی بناها بر روی یک لیوان آب بنا شده‌اند که استواری‌شان به لحاظ بصری بستگی به پایه زیرین دارد، برجستگی خاصی را برای منابع آب ایجاد می‌کند. در نتیجه وضعیت تصویر در دو بعد ارزش اطلاعاتی و برجستگی، قاب‌بندی این تصویر یک قاب‌بندی کاملاً یکدست، ثابت و مستحکم است که هیچ جزئی از اجزای دیگر جدا نبوده و پیوستگی کامل در ترکیب‌بندی آن را به عنوان یک واحد اطلاعاتی مستقل عرضه کرد است. چیزی که در فرانشیز بازنمودی تصویر و پیوستگی کامل دو بردار تصویر نیز وجود دارد.



تصویر شماره ۲: محیط‌زیست‌گرایی

فرانشیز بازنمودی: در این تصویر یک خانواده (شامل یک زن، یک مرد و فرزند آنان) دیده می‌شود. پدر خانواده تلویزیون (به عنوان نمادی از زندگی در دوره متأخر) را به همراه دارد و مادر خانواده یک گوسفند (به عنوان نمادی از زندگی روستایی) و فرزند خانواده هم یک بره را در بغل

گرفته است. مسیر حرکت این سه تن به سمت جلوی تصویر و به سوی چشمان مخاطب است. بردار حرکتی موجود در این تصویر در کنار هدف (خانواده) قرار گرفته است. هدف (خانواده) در این جا شرکت کننده‌ای است که در مسیر بردار قرار گرفته و در نتیجه مفعول عملی شده است که بردار انجام داده است. از این رو فرانش بازنمودی در این تصویر از نوع کنشی و «رویداد» است. رویدادها فرایندهایی هستند که در آن‌ها برای کسی اتفاقی می‌افتد، اما تصویر به گونه‌ای است که ما نمی‌توانیم شخص و یا شیء عامل را مشاهده کنیم. (کرس و ون لیوون، ۱۳۹۵:۹۴)

برای عامل این رویداد در تصویر عناصری وجود دارد که عامل را به صورت غیرمستقیم به ما معرفی می‌کند. محاط شدن خانواده مهاجر با زمین خشکیده و وجود دو حیوان اهلی که زندگی این خانواده را وابسته به طبیعت و آب معرفی می‌کند، نشان می‌دهد عامل بردار در جایی انتها و بیرون از تصویر طبیعت است. طبیعت به عنوان عاملی که زندگی انسانی به آن وابسته است و در صورت خشکسالی، تبعات و مضرات آن در زندگی خود بشر «واقع» می‌گردد. به بیانی مهاجرت اجباری و آوارگی به عنوان رویدادی در اثر تغییرات در محیط زیست و به ویژه در منابع آب معرفی شده است.

فرانش تعاملی: اگرچه در این تصویر چشمان شرکت کنندگان بازنموده به وضوح مشخص نیست، اما وجود صورت‌هایی به سمت افق دید بیننده تصویر را به لحاظ تماس چشمی در حالت «تقاضای ارتباط با رویداد قرار داده است. حرکت شرکت کنندگان بازنموده به سمت مخاطب با صورت‌هایی در حالت نگاه مستقیم، بیننده و بازنمودگان را در حالت ارتباطی تخیلی قرار می‌دهد. هشدار به اشتراک وضعیت و داخل شدن معضلات حاصل از مهاجرت بازنمودگان به وضعیت زندگی مخاطبان. این تصویر خود را به دنیا مخاطب پرتاب می‌کند و مخاطب را به دنیای تصویر دعوت می‌کند و از مخاطب می‌خواهد که وضعیت آوارگان ناشی از بحران آب را درک کند و با آنها همراه شود.

در بعد فاصله اجتماعی انتخاب نمای باز با ارائه بافت اطراف سوژه کلیت ماجرا را به شیوه داستانی در حال جریان در مقابل چشم بیننده قرار داده است. انتخاب زاویه دوربین مستقیم اما با ارتفاع و از بالا، علاوه بر آن که ارائه کلیت ماجرا را برای بیننده عرضه کرده است مقهور بودن بازنمودگان انسانی (خانواده در حال مهاجرت) در برابر تغییرات طبیعی را در بعد نگرش و نقطه دید فراهم کرده است.

معنای ترکیبی: ساختار این تصویر مرکزگرا است و عنصر مرکزی تصویری فرزند خانواده است که هم جایگاهش در تصویر متفاوت است و هم با کلاه زردرنگ از سایر افراد بازنموده شده در تصویر متمایز شده است. عنصر برجسته تصویر تلویزیونی است که بر روی سر پدر خانواده قرار گرفته است. یک معنای این برجستگی می‌تواند این باشد که آوارگی و مهاجرت زیست‌محیطی یکی از تبعات مدرنیته و برنامه‌های توسعه باشد که با هدف تسلط انسان بر طبیعت برای رشد اقتصادی اجرا شده است. با توجه به محل قرارگیری تلویزیون می‌توان آن را عنصر آرمانی این تصویر دانست که هدف آن برانگیختن احساسات مخاطب در مورد تبعات مدرنیته و برنامه‌های توسعه‌ای است. قاب‌بندی تصویر نیز به صورت کلی بیانگر این است که یکی از تبعات مدرنیته تخریب محیط‌زیست و به تبع آن آواره شدن افرادی است که نقشی در تهیه این برنامه‌ها نداشته‌اند.

عدالت زیست‌محیطی

عدالت زیست‌محیطی یکی از چارچوب‌های کلانی است که تصاویر بحران آب را بر مبنای آن تعریف کرده‌اند. بحث‌های مرتبط با محیط‌زیست امروزه با بحث عدالت اجتماعی پیونده خورده است (کهیل، ۱۳۹۳: ۲۱). چراکه آسیب‌های زیست‌محیطی معمولاً در بین همه اعضای یک جامعه به صورت مساوی تجربه نمی‌شوند، معمولاً افراد ساکن در محله‌های فقیرنشین و اقلیت‌ها بیشتر با این موضوع دست‌به‌گریبان هستند (یانگ، تیکسیرا وهانتنت، ۲۰۱۵: ۱). بی‌عدالتی زیست‌محیطی برای توصیف شرایطی به کار می‌رود که بخش‌هایی از یک جامعه به طور نامتناسبی بار مشکلات و آسیب‌های زیست‌محیطی را به دوش می‌کشند. در کشورهای صنعتی این بخش‌ها معمولاً منطقه‌هایی هستند که شرایط اقتصادی اجتماعی پایینی دارند، یا اقلیت‌های نژادی آن جامعه در آنجا ساکن هستند (نیمانیس، ۲۰۱۲: ۶). جنبش عدالت زیست‌محیطی به عنوان بخشی از جنبش بزرگ‌تر دفاع از حقوق مدنی که در دهه ۱۹۵۰ شروع شده بود، ظهور کرد (نیمانیس، ۲۰۱۲: ۶). گفتمان عدالت زیست‌محیطی در دهه ۱۹۸۰ در آمریکا ظهور کرد و مباحث حوزه محیط‌زیست را تغییر داد و بخشی از نگاه‌ها را معطوف به خود کرد. عدالت زیست-محیطی مربوط به حقوق افرادی است که بر اثر آلودگی محیط‌زیست‌شان آسیب دیده‌اند، بنابراین تمرکز این گفتمان بر حقوق افراد است تا حقوق طبیعت (هانگین، ۱۳۹۳: ۱۰۰).



تصویر شماره سه: عدالت زیست‌محیطی

معنای بازنمودی: تنها شرکت‌کننده‌ای که در تصویر دیده می‌شود مردی میانسال است که بر اساس پوشاک و نیز با توجه به پوشش گیاهی منطقه از اهالی جنوب کشور (با توجه به خشکی توأم با وجود قایق به خاک نشسته، احتمالاً هامون خشکیده است) است. همین مرد تنها کنشگر موجود در تصویر است. بردار موجود در این تصویر فاقد هدف است و عملی بر کسی یا چیزی واقع نمی‌شود. به بیان دیگر فرانش بازنمودی در این تصویر از نوع کنشی ناگذر است و مرد موجود در تصویر در حالتی انفعالی و بدون ایجاد عمل و تغییر در شرایط موجود در تصویر، حاصل و برآیند عملکرد دیگران (خشک شدن دریاچه‌ای که وجود قایق و رنگ سفید نم‌کزار نشانه آن است) را نظاره می‌کند. تصویر در فرانش بازنمودی شرایط زیست‌محیطی را با نابرابری-های اجتماعی پیوند می‌دهد و مرد با نگاه منفعلانه به شرایط ایجاد شده در محیط تصویر به توزیع اجتماعی نابرابر زحمات و سودهای محیط زیستی اشاره می‌کند. همان‌طور که نیمانی می‌گوید «بی‌عدالتی زیست‌محیطی برای توصیف شرایطی به کار می‌رود که بخش‌هایی از یک جامعه به طور نامتناسبی بار مشکلات و آسیب‌های زیست‌محیطی را به دوش می‌کشند. در کشورهای صنعتی این بخش‌ها معمولاً منطقه‌هایی هستند که شرایط اقتصادی اجتماعی پایینی دارند.» (نیمانیس، ۲۰۱۲: ۶). در این تصویر نیز تأکید بر لباس و نیز موقعیت جغرافیایی منطقه چارچوب عدالت زیست‌محیطی را برای عکس تأکید می‌نماید.

معنای تعاملی: در این تصویر هیچ نگاه مستقیمی به سمت مخاطب تصویر نیست و نگاه فرد بازنموده شده در تصویر به قایق و طبیعت خشک و نم‌کزار است. به عبارتی در سطح تماس

چشمی تصویر را می‌توان با مفهوم عرضه توضیح داد که از مخاطب می‌خواهد به بحران آب و تبعات آن (نمکزار شدن دریاچه‌ها و متأثر شدن زندگی ساکنان اطراف دریاچه‌ها از طریق حذف منابع درآمدی آنان) بیندیشد.

چنین رابطه‌ای میان شرکت‌کننده بازنموده و گذرا از طریق نوع نگرش و نقطه دید تصویر نیز تقویت می‌شود. مخاطب در این تصویر از زاویه‌ای با درجه کمی سربالا به شرکت‌کننده بازنموده نگاه می‌کند و وضعیت او تا حدودی به مخاطب گذرا نسبت داده می‌شود. از لحاظ فاصله اجتماعی نمای تصویر (به نسبت مرد بازنموده) نمایی در میانه نمای متوسط و نیمه‌باز است. چنین نمایی شرکت‌کننده بازنموده را در حالت رابطه‌ای اجتماعی با شرکت‌کننده گذرا نشان می‌دهد. رابطه‌ای که در آن شرکت‌کننده گذرا مسئولیت استفاده از فرصت‌هایی را بر عهده دارد که نظام نابرابر تبعات و زحماتش را به شرکت‌کننده بازنموده گسیل می‌کند.

فرانقش ترکیبی: قرار گرفتن طبیعت و رودخانه خشک در سمت راست تصویر بیانگر این

است این‌ها عناصر معلوم تصویر هستند و مخاطب با آن‌ها آشنایی دارد و می‌داند که کشور با بحران آب روبرو است. قرار گرفتن این مرد در سمت چپ تصویر که می‌توان آن را عنصر مجهول تصویر نامید بیانگر این است که مخاطب به تبعات بحران آب بر روی زندگی این افراد آشنا نیست و هدف تصویر برانگیختن فکر مخاطب در مورد تبعات بحران آب بر روی زندگی افرادی است که معیشت آنان کاملاً وابسته به آب و طبیعت است.

عنصر مرکزی و برجسته تصویر مردی است که با حالت اندوه و حسرت به رودخانه خشک شده و قایق موجود در آن (به عنوان ابزار معیشتش) می‌نگرد. تصویر دارای یک قاب است و آن هم نگرستن این مرد به وضعیت بحران آب و نقشش در زندگی این فرد. یعنی چارچوب اصلی این تصویر تأثیر بحران آب بر زندگی این فرد است.



تصویر شماره ۴: عدالت زیست‌محیطی

معنای بازنمودی: در این تصویر، دختری خردسال (با لباس‌هایی که به همراه موقعیت جغرافیایی تصویر جنوب و به‌ویژه جنوب شرقی ایران را تداعی می‌کند) در حالتی ایستا و بدون وجود برداری مبنی بر تغییر و حرکت و کنش تصویر شده است. اجزای تصویر نیز همین وضعیت را دارند. فرانش بازنمودی تصویر در حالتی مفهومی ارائه شده است و شرکت‌کنندگان (دختری که ظرف‌های آب را از چشمه‌ای گل‌آلود برداشته است، بطری‌های آب، و زمین با پوشش گیاهی کویری) در دل ساختاری کلی (منطقه‌ای بحران‌زده از لحاظ منابع آبی) به یکدیگر مرتبط شده‌اند. چنین وضعیتی در تصاویر مربوط به فرایندهای مفهومی تحلیلی است که در این‌جا وضعیت بحران آب در منطقه‌ای محروم به عنوان حامل کلی و وضعیت کودک و شیوه جمع‌آوری آب و نیز پوشش گیاهی منطقه به عنوان ویژگی ملکی حامل، یا جزء دیده می‌شوند. در این‌گونه تصاویر از میان ویژگی‌های ملکی حامل تنها آن‌هایی که نقشی بسیار کلیدی دارند نمایش داده می‌شوند. ویژگی کلیدی حامل (منطقه‌ای محروم در جنوب) در این تصویر بحران آب است.

گذشته از این‌که در این تصویر دختری خردسال تصویر شده و یادآور گزاره «محیط‌زیست اصول مفهومی جنسیتی است» و نیز نظرات کسانی است که معتقدند زنان قربانیان اصلی تخریب محیط‌زیست هستند. اما ویژگی‌های حامل بازنمود شده نشان می‌دهد که در تقسیم منابع آب عدالت توزیعی وجود ندارد و تمامی آسیب‌ها و مزایای زیست‌محیطی باید به صورت مساوی بین همه بخش‌های یک جامعه تقسیم نشده است.

معنای تعاملی: این موضوع که شخص در تصویر ژست خاصی به خود گرفته به تصنع تصویر می‌افزاید. اگرچه تصویر ساختاری تحلیلی دارد، رویکرد تعاملی و عاطفی بیشتر از کاربرد بازنمودی (اندیشگانی) در آن دیده می‌شود. در این‌جا نظام تعاملی که از طریق مسیر نگاه فرد در تصویر القا شده است، بر تصویر سایه سنگینی انداخته: نگاه او مستقیماً بینندگان را مخاطب قرار می‌دهد و با این کار ارتباطی تخیلی میان خود و بینندگان برقرار می‌کند (۱۲۷ گرس و لیوون). این مسأله به‌ویژه به دلیل این‌که نگاه از کودکی آن‌هم در وضعیت که برانگیزاننده احساسات است به سمت مخاطب نشانه می‌رود تأکید شده و شرکت‌کننده گذرا را متأثر می‌سازد.

زاویه مستقیم تصویر به مشارکت‌کننده گذرا می‌گوید آنچه که در تصویر می‌بینیم بخشی از جهان ماست. درواقع زاویه مستقیم این تصویر مشارکت‌کننده گذرا را به توجه به سویه دوم جهان خودش فرامی‌خواند. یک‌سو مصرف یا مدیریت سوء منابع آب و در سوی دیگر متأثر شدن گروه‌ها و مناطق محروم و فرودست. انتخاب نمای باز به مخاطب این امکان را می‌دهد تا چشم-انداز این موقعیت را که دور از زندگی روزمره او وجود دارد به طور کامل نظاره کند.

فرانقش ترکیبی: قرار گرفتن فرد بازنموده شده در سمت راست تصویر به عنوان عنصر معلوم تصویر بیانگر این است که مخاطب به این موضوع آگاه است که بخشی از نقاط کشور با بحران آب روبروست، اما قرار گرفتن دبه‌های آب گل‌آلود در سمت چپ تصویر بیانگر این است که مخاطب به این موضوع باید فکر کند که مشکل بحران آب صرفاً برای بخش کشاورزی و صنعت این مناطق نیست، بلکه دسترسی نداشتن آن‌ها به شرب هم واقعیتی است که مخاطب باید به آن بیندیشد. وجود این عناصر در پیش‌زمینه تصویر تأکید ترکیب‌بندی تصویر بر این موضوع است. چارچوب یا قابی که تصویر در این‌جا گرفته است دسترسی نداشتن بخشی از جامعه به آب شرب است که این موضوع را می‌توان با عدالت زیست‌محیطی تشریح کرد.

اقتصاد سیاسی آب

یکی از رویکردهای کلانی که تصاویر بحران آب بر مبنای آن تعریف شده است، اقتصاد سیاسی آب است. یکی از رویکردهای مهم در تحلیل محیط‌زیست نیز اقتصاد سیاسی است. اشنایبرگ در کتاب «محیط‌زیست: از مازاد تا کمیابی» با کمک گرفتن از اصول اقتصاد سیاسی مارکسیستی روابط بین رونق اقتصادی و تخریب محیط‌زیست را ترسیم کرده است. اشنایبرگ برای تحلیل خود مفهوم «کار مستمر تولید» را ابداع می‌کند. منظور وی از این اصطلاح این است که نیاز ذاتی یک سیستم

اقتصادی این است که دائماً با ایجاد تقاضای مصرف‌کنندگان برای محصولات جدید سودآوری کند حتی تا جایی که اکوسیستم را به جایی برساند که از محدودیت‌های رشد یا ظرفیت حمل خود فراتر رود. از نظر وی کار مستمر تولید فرآیند پیچیده خود تقویت‌کننده‌ای است که بر اساس آن سیاستمداران به پیامدهای زیست‌محیطی حاصل از رشد اقتصادی سرمایه‌بر واکنش نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال کمبود منابع نه با پایین آوردن مصرف و نه با اتخاذ سبک زندگی متفاوت بلکه با گشودن عرصه‌های جدید برای بهره‌برداری بیشتر حاصل می‌شود. از نظر اشنایبرگ کشمکش بین کار مستمر تولید و حفاظت از محیط‌زیست به یک تنش دیالکتیکی منجر می‌شود که در آن دولت-ها مجبور هستند بین نقش دوگانه خود به عنوان تسهیل‌کننده انباشت سرمایه و رشد اقتصادی و حفظ محیط‌زیست تعادل برقرار کنند (هانگین، ۱۳۹۳: ۴۳-۴۵).



تصویر شماره پنج: اقتصاد سیاسی محیط‌زیست

فرانقش باز نمودی: در این تصویر سه کامیون ترانزیتی (به عنوان نماد انتقال و صادرات کالاهای با ارزش مادی) دیده می‌شود که هرکدام یک بطری آب معدنی را بار کرده و با توجه به خط مورب موجود در مرکز تصویر به فراسوی مرزی انسانی در حرکت‌اند. زمینه این تصویر قهوه‌ای‌رنگ و ترک‌خورده است که در جغرافیای ایران مفهوم مرز را تأکید می‌نماید. عامل انسانی حرکت کامیون‌ها به سمت آن سوی مرزها در تصویر دیده نمی‌شود. به بیانی دیگر بردار کنشی موجود در تصویر از عاملی بیرون از تصویر و گوشه سمت چپ و پایین آن به سمت کامیون‌هاست.

بنا بر آنچه گفته شد فرانشش بازنمودی این تصویر در قالب ساختاری روایی (اجرایی) ارائه شده است. این ساختار روایی در سه بردار کنشی از فاعلی نامعلوم بر روی کامیون‌ها به عنوان هدف وجود دارد؛ بنابراین فرانشش بازنمودی تصویر روایی از نوع کنشی پدیده است. در این نوع فرایندها هویت واقعی کنشگر مخفی باقی می‌ماند. یعنی کنشگر انتقال آب بسته‌بندی شده به فراسوی مرزها نقشی در این فرایند دارد اما حضور فیزیکی او در تصویر حذف شده است، چیزی که در زبان‌شناسی انتقادی آن را «حذف عامل مجهول» می‌نامند. وجود دال‌های تصویری آب بسته‌بندی شده که آب را به‌مثابه کالا ارائه کرده است، ترانزیت، و مرز در کنار مرموز و مبهم نشان دادن عامل و کنشگر تصویر چارچوب اقتصاد سیاسی را برای تصویر در سطح فرانشش بازنمودی محتمل‌تر از دیگر چارچوب‌ها نشان می‌دهد.

فرانشش تعاملی: در فرانشش تعاملی تصویر، ارتباط میان شرکت‌کنندگان بازنموده و شرکت‌کنندگان گذرا در سه مورد تماس چشمی و فاصله اجتماعی و نگرش چارچوب ذکر شده در فرانشش بازنمودی را تثبیت می‌نماید.

در تماس چشمی با توجه به این‌که در این تصویر هیچ موجود انسانی یا شبه انسانی دیده نمی‌شود که نگاهش مستقیم به بیننده تصویر باشد شیوه خطاب این تصویر غیرمستقیم است. بیننده در این تصویر نه مفعول نگاهی درون تصویر که فاعل نگاه به کامیون‌های ترانزیت آب به‌مثابه کالا به خارج از مرزهاست. به بیان هالیدی این تصویر از نوع «عرضه» است که شرکت‌کننده بازنموده (انتقال آب) را به عنوان امری قابل توجه و موشکافی در معرض تفکر بیننده قرار می‌دهد. همان‌طور که گفته شد «این تصاویر برای برانگیختن تفکر بیننده تصویر در مورد یک موضوع مناسب هستند» (کرس و ون لیوون، ۱۳۹۵: ۱۶۷). تصویر در نوع عرضه امر مبهم موجود در فرانشش بازنمودی که فاعل آن مجهول است را در برابر چشمان مخاطب قرار داده است.

فاصله اجتماعی انتخاب نما فاصله اجتماعی بین شرکت‌کنندگان در تصویر و بیننده را مشخص می‌کند. نمای انتخاب شده در این تصویر، نمایی دوگانه است. از یک‌سو نمای کامیون‌های ترانزیت به نحوی است که بافت و محیط اطراف آن‌ها برای طرح مسأله «مرز» و «ترانزیت کالا» نمایش داده شده است. اما از سوی دیگر تمام بدنه‌ی کامیون‌های ترانزیت و عاملی که پشت حرکت و انتقال آن‌هاست به تصویر کشیده نشده است. این نوع نما را می‌توان نمای باز اما نیمه دانست که گرچه بافت موضوع را به نمایش گذاشته است اما سوژه (کنشگر و

همچنین پدیده در فرانقش بازنمودی) را به طور کامل نشان نداده است. این نوع فاصله اجتماعی میان سوژه و بیننده، علاوه بر دعوت به دیدن ماجرا سویه‌های پنهان موضوع بازنمود شده را تائید می‌نماید.

نگرش و نقطه دید در این تصویر را از دو جهت می‌توان موردتوجه قرار داد. اولاً کامیون‌های ترانزیت را از یک سوی این کامیون‌ها تصویر کرده است که این همان تعریف زاویه مورب است. همان‌طور که گفته شد زاویه مورب بیانگر آن است که «آنچه که می‌بینیم قسمتی از جهان ما نیست، بلکه مربوط به دیگران است و ما رابطه‌ای با آن نداریم» (کرس و ون لیوون، ۱۳۹۵: ۱۹۰). جهان مبهم «انتقال آب به‌مثابه کالا» جهانی است که ورای مرزهای زندگی روزمره بیننده در جریان است. از سوی دیگر ارتفاع دوربین در تصویر، ارتفاعی از بالاست که تهیه‌کننده تصویر مخاطب را به نگاهی از بالا به گستره‌ی ماجرای بازنمود شده فرامی‌خواند.

فرانقش ترکیبی: ترکیب‌بندی این تصویر در سه بعد ارزش اطلاعاتی، برجستگی و قاب‌بندی روایتی یکدست و منسجم را ارائه کرده است. در بعد ارزش اطلاعاتی سه کامیون در نیمه سمت چپ قرار گرفته‌اند که بر طبق الگو عنصر مجهول یا جدید نامیده می‌شوند و بیننده با آن آشنایی قبلی ندارد. عنصر مجهول حاوی اطلاعات کلیدی است که بیننده باید به آن توجه ویژه کند. همچنین کشیدگی ترکیب تصویر به سمت اشغال کل تصویر، وزن بصری کامیون‌ها را تقویت کرده است.

علاوه بر این که کامیون‌ها از لحاظ بعد برجستگی در پیش‌زمینه تصویر و رنگی کاملاً متفاوت با زمین تصویر شده‌اند. برجستگی در تصویر از طریق دیگری نیز ایجاد شده است. تصویر کردن بار ترانزیت شده به صورت یک بطری با ابعاد بزرگ برجستگی موضوع را بیشتر می‌کند و انبوه انتقال را از طریق ترکیب‌بندی نشان می‌دهد.

آنچه این فرانقش ترکیبی را تقویت می‌کند قاب‌بندی تصویر است که با قرار دادن سه کامیون هم‌شکل در یک‌جهت آن‌ها را به‌مثابه کل متعلق به یک فرایند (فروش آب به‌مثابه کالا) تصویر کرده است.



تصویر شماره شش: اقتصاد سیاسی محیط زیست

فرانقش بازنمودی: در این تصویر، نقشه ایران در حالتی ایستا و بدون وجود برداری مبنی بر تغییر و حرکت و کنش تصویر شده است. اجزای تصویر نیز همین وضعیت را دارند. فرانقش بازنمودی تصویر در حالتی مفهومی ارائه شده است و شرکت کنندگان (استان‌های واجد صنعت فولاد) در دل ساختار کلی (ایران) به یکدیگر مرتبط شده‌اند. چنین وضعیتی در تصاویر مربوط به فرایندهای مفهومی تحلیلی است که در این‌جا مرزهای دولت-ملت ایران به عنوان حامل کلی و استان‌های مختلف دارای صنعت فولاد به عنوان ویژگی ملکی حامل، یا جزء دیده می‌شوند. ویژگی کلیدی حامل (ایران) در این تصویر کارخانه‌های فولاد است که در برخی از نقاط نقشه دیده می‌شوند.

همان‌طور که ویژگی تصاویری با ساختاری تحلیلی است این تصویر نیز از دیدگاهی طبیعت-گرایانه ابعاد واقعی بسیار کمی دارد، چراکه در این‌گونه تصاویر از میان ویژگی‌های ملکی حامل تنها آن‌هایی که نقشی بسیار کلیدی دارند نمایش داده می‌شوند. در این تصویر ویژگی کلیدی و مؤلفه

اصلی باز نمود شده میزان کارخانجات فولاد در زیربخش‌های یک واحد ملی است. «استفاده حداقلی از رنگ و سایه و همچنین تضادهای رنگی بسیار نامحسوس و استفاده از رنگ‌های ترکیبی روشن که به طور مرسوم برای نشان دادن گروه‌های اجتماعی اقتصادی گوناگون شرایط اقلیمی مختلف و غیره استفاده می‌شود» (کرس و ون‌لیوون، ۱۲۶:۱۳۹۵) از دیگر ویژگی‌های ساختارهای مفهومی تحلیلی است که در این تصویر هم دیده می‌شود و توجه را به بخش‌بندی‌های مختلف اقلیمی جلب می‌کند. تک‌تک استان‌ها نیز به عنوان ویژگی‌های ملکی حامل دارای عناوین مشخص هستند. در گوشه سمت چپ و پایین تصویر، فلک به عنوان نماد مسائل مالی در کنار کلمه معما وجود دارد که کل این ساختار مفهومی تحلیلی بدان ارجاع می‌کند و نشان می‌دهد در پس این نظام تقسیم صنایع در سطح ملی، امری اقتصادی به صورتی مبهم در جریان است.

فرانقش تعاملی

در فرانقش تعاملی تصویر، ارتباط میان شرکت‌کنندگان بازنموده و شرکت‌کنندگان گذرا در سه مورد تماس چشمی و فاصله اجتماعی و نگرش چارچوب ذکر شده در فرانقش بازنمودی را تثبیت می‌نماید.

از لحاظ تماس چشمی شیوه خطاب در این تصویر شیوه غیرمستقیم است و بیننده به عنوان فاعل نگاه در این تصویر به تفکر در موضوع عرضه شده فراخوانده شده است. در واقع در این تصویر با حذف سوژه انسانی، بیننده است که باید به اصل موضوع توجه کند.

نمای تصویر نیز به لحاظ فاصله اجتماعی با ارائه یک نمای متوسط کلیت مرز ملی را در مقابل دیدگاه بیننده قرار داده و از سوی دیگر بافت اطراف را از آن حذف کرده و موضوع را در سطحی ملی بسته است. چنین قابی بیننده را به عنوان ناظری که نه به صورت نزدیک با موضوع در تماس است و نه با آن انفکاک کامل دارد در نظر گرفته است.

آنچه درباره فاصله اجتماعی و نمای تصویر گفته شد درباره نگرش و زاویه دید نیز صادق است و تصویر با زاویه دوربین مستقیم که عموماً در نقشه‌ها دیده می‌شود^۱ بیننده را در وضعیتی غیر دراماتیزه و برابر، در مقابل مفهوم بازنموده شده قرار می‌دهد. زاویه مستقیم این تصویر نشان می‌دهد آنچه که در تصویر می‌بینیم بخشی از جهان ما است، یعنی چیزی که باید با آن همراه

۱. گاه نیز نقشه‌ها با زاویه دوربین مورب و از بالا نمایش داده می‌شوند که در بسیاری از این موارد انتخاب چنین زاویه و ارتفاعی در جهت نشان دادن بافت اطراف و یا ایجاد حرکت در تصویر (یا القای حرکت) صورت می‌گیرد.

شویم و با آن رابطه داریم. زاویه مستقیم تصویر نیز بیانگر این است که این جایی نامناسب کارخانجات فولاد در کشور و تبعات آن بخشی از جهان اجتماعی بیننده است و از این مشکل با بیننده تصویر نیز ارتباط دارد و بخشی از زندگی اوست.

فرانقش ترکیبی

وجود عبارت «کارخانجات فولاد ایران» در بالای صفحه به عنوان «عنصر آرمانی» در این تصویر مخاطب را به توجه به این مقوله اصلی و تفکر در آن به عنوان عوامل زمینه‌ساز بحران آب در ایران جلب می‌کند. در مقابل تصویر قلک و عبارت «معمای آب» در سمت چپ، به عنوان «عنصر مجهول» قرار گرفته است. این عنصر کلیدی به مخاطب می‌گوید جایی نامناسب صنعت آب‌بر فولاد در استان‌های خشک و نیمه‌خشک در اثر مسائل مالی در سطح ملی است. قاب‌بندی تصویر در حالت نقشه، ویژگی‌های ملکی بازنموده شده را تحت حامل واحدی به نام ایران جمع می‌آورد.

امنیت زیست‌محیطی

تلاش‌های روزافزون متمرکز بر امنیت جهانی بایستی تمامی تأثیرات واقعی وخامت محیط‌زیست جهانی را تشخیص دهد که مشخصه آن کاهش منابع طبیعی در سراسر دنیا نظیر جنوب است. هرچقدر که وخامت محیط‌زیست جهانی بیشتر شده و منابع طبیعی بیش‌ازحد بهره‌برداری شوند، جهان به مکانی ناامن‌تر تبدیل می‌شود (هینز، ۱۳۹۳: ۲۵۷). نظریه‌پردازان جدید امنیت، مسائلی مانند گرم شدن کره زمین، سوراخ شدن لایه اوزون و دیگر ابعاد تغییرات اقلیمی را به عنوان تهدیدات جدید آینده بشریت معرفی کرده‌اند (مصلی نژاد، ۱۳۸۷: ۱۳۹). این مسئله به‌خوبی در رویکرد مکتب کپنهاگ در مطالعات مربوط به امنیت خود را نمایان ساخته است. شرایط جهان به‌گونه‌ای پیش رفته است که باری بوزان از متفکران اصلی مکتب کپنهاگ «امنیت زیست-محیطی» را به عنوان یکی از ابعاد امنیت ملی مطرح کرده است (بوزان، ۱۳۸۷: ۴۵). اولین نشانه تهدیدات زیست‌محیطی را می‌توان محدودیت‌های استفاده از منابع طبیعی دانست (مصلی نژاد، ۱۳۸۷: ۱۴۱).



تصویر شماره ۷: امنیت زیست‌محیطی

معنای بازنمودی: در تصویر دختری با چهره‌ای وحشت‌زده و متعجب در حال حمل مقدار اندکی آب است و سربازان با حالت چهره‌های مرموز و مترصد خطر او را در این انتقال آب همراهی می‌کنند. چنین ساختار روایی در این تصویر ساختاری کنشی است که در آن برداری از کنشگران (دختر با همراهی دسته سربازان) منشعب شده و هدف (آب) حمل می‌گردد. ساختار روایی تصویر از نوع کنشی است چراکه عمل «حمل آب از مبدأ به مقصد» مشارکین بازنموده تصویر را به هم مرتبط کرده است. ساختار روایی از لحاظ گذرا یا ناگذرا بودن نیز گذرا است چراکه کنشگر تصویر از خود حرکتی ندارد، اما با انتقال آب آن را جابجا می‌کند و درعین حال احتمال جنگ در اثر درگیری نیروهایی با سربازان را تداعی می‌کند. اولین نشانه‌های تهدیدات امنیتی حاصل از مسائل زیست‌محیطی را می‌توان در کمبود منابع دید که وجود ظرف‌های کوچک آب که توسط دختری قابل حمل است چنین کمبودی را نشان می‌دهد. در پس‌زمینه این

تصویر ساختمان‌ها و برج‌های بلندمرتبه‌ای به نشانه زندگی مدرن و شهری دیده می‌شود. در کنار این بافت شهری در چند نقطه دود دیده می‌شود که نشان‌دهنده وضعیت آلوده هوا در شهرهای صنعتی و مدرن است. اما موضوع و سوژه اصلی این تصویر کمبود آب است که می‌تواند به جنگ منتهی شود. زمینه قهوه‌ای‌رنگ تصویر هم خود بیانگر موضوع کم‌آبی و خشک‌سالی در این بافت شهری است.

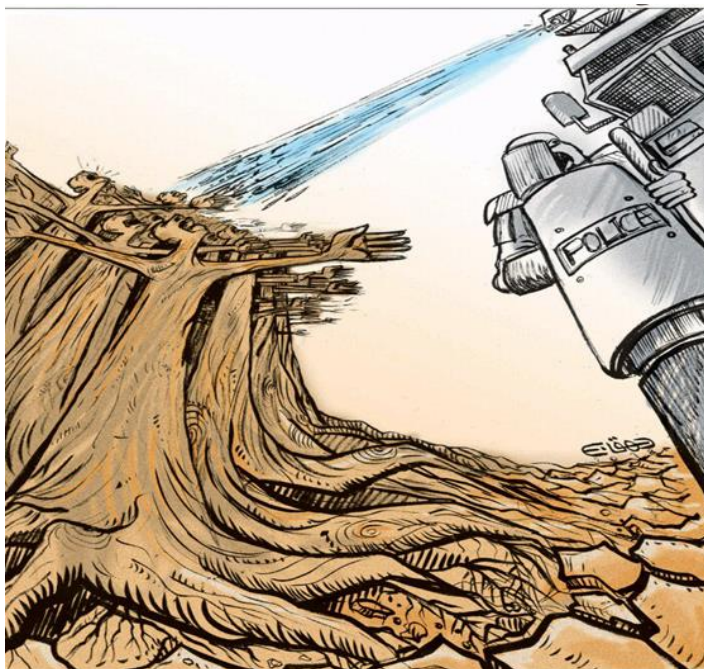
معنای تعاملی: چهره شرکت‌کننده بازنموده (دختر حمل‌کننده آب) با خطاب مستقیم و نگاه به شرکت‌کننده گذرا از او تقاضای توجه به وضعیت کرده و با بیننده وارد رابطه‌ای تخیلی می‌شود. رابطه‌ای که در آن با نگاه وحشت‌زده و تعجب خود بیننده را در رعب حاصل از بی-امنیتی کمبود منابع آب شریک کرده و به او نهیب می‌زند. فاعل این نگاه بیننده است که باید ترس حاصل از این تصویر را دریافت کند و در آن شریک شود.

به لحاظ فاصله اجتماعی شرکت‌کنندگان بازنموده و شرکت‌کنندگان گذرا این تصویر در نمای باز ارائه شده است. چنین نمایی درعین‌حال که بیننده را در رابطه‌ای غیرشخصی با بازنمودگان قرار می‌دهد، او را در معرض کلیت و چشم‌انداز ماجرا قرار می‌دهد.

نقطه دید و نگرش در این تصویر به صورتی است که زاویه دوربین هم‌سطح مشارکین بازنموده را در دنیای مشارکین گذرا قرار می‌دهد اما درعین‌حال ارتفاع نسبتاً بالای دوربین دختر و سربازان همراهی‌کننده را در موضع ضعف و موقعیتی مخاطره‌آمیز و نگران‌کننده مقابل چشم مشارکین گذرا قرار می‌دهد.

معنای ترکیبی: قرار گرفتن یک زن با دو سطل آب در مرکز تصویر بیانگر اهمیت و برجستگی موضوع آب در جامعه‌ی بازنموده (ایران) است. چهار سرباز اسلحه به دست در چهارگوشه تصویر (بالا/پایین و چپ/راست) نیز احاطه تصویر با موضوع خطر محتمل را تشدید می‌کند. قرار گرفتن نمایی از یک شهر به همراه دود (نماد آلودگی هوا) در پس‌زمینه تصویر و در قسمت بالای تصویر آن را در موقعیت آرمانی ترکیب‌بندی تصویر قرار می‌دهد و مخاطب را به معضلات زیست‌محیطی عامل کم‌آبی که بی‌توجهی به آن می‌تواند تبعات جبران‌ناپذیری برای انسان داشته باشد توجه می‌دهد؛ این که میان آن ناپایداری موجود در مرکز تصویر و بناهای شهری بالا می‌تواند رابطه‌ای علی وجود داشته باشد. سطل‌های آب و زمینه قهوه‌ای‌رنگ تصویر طبق الگوی کرس و ون‌لیوون «عناصر برجسته» این تصویر هستند که هر دو نشانه اهمیت موضوع آب هستند. چارچوب یا قابی که این تصویر را می‌توان در آن قرار داد، یک حالت امنیتی

و انتقال یک کالای مهم است (چهار سرباز در چهار طرف کنشگر اصلی و برای انتقال دو سطل آب) توجه جدی به تبعات بحران آب و به طور خاص جنگ آب به عنوان موضوع کلیدی این عرصه است.



تصویر شماره ۸: امنیت زیست‌محیطی

فرانقش باز نمودی: در این تصویر پلیس ضد شورش در طرحی ساده‌سازی شده و همراه با تجهیزات مربوط به پلیس ضد شورش همچون باتوم به سمت جمعی طغیانگر که ریشه در زمین داشته و برآمده از زمینی تفدیده و خشک هستند، آب می‌پاشد. در این کنش تصویری برداری از سمت راست تصویر (پلیس ضد شورش) به عنوان شرکت‌کننده کنشگر به سمت نیمه چپ تصویر (طغیان‌کنندگان) به عنوان هدف در جریان است؛ بنابراین تصویر در حالت کنشی گذرا روایت شده است. اما از سوی دیگر برداری نیز در سمت مقابل وجود دارد و طغیان‌کنندگان با حرکت به سوی پلیس ضد شورش به آنان پاسخ می‌دهند. در این فضا طغیان‌کنندگان که هویتی ترکیبی از طبیعت و انسان دارند شلیک پلیس را با آغوش باز می‌پذیرند و به سوی آن دهان باز کرده‌اند، نمایی آخرالزمانی و گروتسک از پذیرفتن بار اعتراض و طغیان، و در مقابل آن تنبیه. در این

کنش روایی گذرای دوسویه، واسط میان هر دو بردار آب است. آبی که با رنگی متمایز تصویر شده و این زد و خورد دوسویه بدان منتسب می‌گردد. فضایی که آب هم دلیل تضاد و درگیری است و هم راه حل آن. تصویر با استفاده از هویت ترکیبی اعتراض‌کنندگان به طور هم‌زمان نامنی زیست‌محیطی را در دو حیطه طبیعت و زندگی انسانی بازنمایی کرده است.

فرانقش تعاملی: مشارکین بازنموده در این تصویر چشم در چشم یکدیگر دوخته‌اند و تصویر با خطاب غیرمستقیم شرکت‌کننده گذرا را به تماشای صحنه ستیزه مشارکین بازنموده دعوت می‌کند. حالت «عرضه» در این تصویر بیننده را به جهان نقاشی‌های صحنه‌های نبرد کلاسیک می‌برد. فاصله اجتماعی مشارکت‌کننده گذرا و بازنمودی در این تصویر با نمای باز تعریف شده است. این نما در جهت تصویر کردن صحنه نبرد برای مشارکت‌کننده گذرای خارج از میدان انتخاب شده است. زاویه دید مخاطب نیز در این تصویر از زاویه چشم سربالا و ارتفاع پایین مخاطب را کاملاً در موضع ضعف و هراس از نبردی خشن بزرگ قرار داده است. به‌ویژه که با انتخاب نگرش و زاویه دید مورب مخاطب به‌نوعی در سمت معترضان تشنه قرار گرفته است.

فرانقش ترکیبی: ترکیب‌بندی این تصویر یک ترکیب‌بندی کاملاً مبتنی بر وضعیت تخاصم است. تصویر به دونیمه مثلثی تقسیم شده و دو سوی جبهه با اشغال مساوی صحنه ارزش اطلاعاتی برابری را دارا هستند. با این‌همه بر اساس الگوی کرس و ون‌لیوون آنچه در مرکز تصویر قرار می‌گیرد عنصر مرکزی تصویر است و بقیه عناصر که گرداگرد آن را می‌گیرند عناصر حاشیه‌ای هستند. عنصر مرکزی هسته اطلاعاتی پیام مورد نظر به‌حساب می‌آید. عنصر مرکزی در این تصویر آب است. این نوع قاب‌بندی آن‌چنان در قالب یک کل عرضه شده است که اجزا همگی در خدمت کنش بازنموده شده (تخاصم و منازعه) قرار گرفته‌اند و به لحاظ بصری واحد اطلاعاتی مستقلی را تشکیل داده‌اند.

نتیجه‌گیری

جامعه ایران علاوه بر موضوعات جهانی زیست‌محیطی با مسائل زیست‌محیطی متعدد داخلی نیز دست‌وپنجه نرم می‌کند. حال اگر این وضعیت را در کنار شرایط منطقه‌ای خاورمیانه و نیاز شدید کشور به رشد اقتصاد قرار دهیم متوجه خواهیم شد که با پدیده‌ای چندبعدی و پیچیده مواجهیم. اما بحران آب، ریزگردها و آلودگی هوای کلان‌شهرها به دلیل این‌که با زندگی روزمره افراد مرتبط هستند، شرایط را تغییر داده‌اند و نتوانسته‌اند، مسائل زیست‌محیطی را به اولویت جامعه و

سیاستمداران بدل کنند. در این میان نباید نقش رسانه‌های اجتماعی و خصوصاً رسانه‌های اجتماعی را نادیده گرفت. رسانه‌های ارتباط جمعی با تعریف مشکل، تفسیر علی، ارزیابی اخلاقی و ارائه راه حل می‌توانند افراد جامعه را تحت تأثیر قرار دهند و آن‌ها را به کنشگری در هر حوزه‌ای سوق دهند. به عبارتی چارچوب‌بندی یعنی شیوه‌های ارائه پیام، توسط رسانه‌هاست که نحوه برخورد و تفسیر مسائل را مشخص می‌کند. مانند تمام شکل‌های ارتباطات، ارتباطات زیست-محیطی نیز در معرض چارچوب‌سازی قرار می‌گیرد. اگر دانشمندان، محققان و شهروندان بخواهند ارزیابی و یا مشارکت در مباحث زیست‌محیطی را به‌خوبی انجام دهند، آن‌ها نیاز به درک چارچوب‌ها به عنوان یک فرآیند شناختی، اجتماعی و سیاسی دارند... به عبارتی دیگر عموم جامعه برای درک مسائل پیچیده زیست‌محیطی متکی به چارچوب‌ها هستند.

در فضای رسانه‌ای کشور، رسانه‌های اجتماعی هر روز قدرتمندتر از قبل می‌شوند و مخاطبان و کاربران بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند. یکی از پیام‌رسان‌هایی که عمومیت پیدا کرده و به محبوب‌ترین پیام‌گیر موبایلی بدل شده تلگرام است که روزنامه‌نگاران محیط‌زیست و کنشگران این حوزه را بر آن داشته است تا از این فضا برای برساخت مسئله آب استفاده نمایند.

برای برساخت یک مسئله زیست‌محیطی شرایطی لازم است که در مباحث نظری به طور مفصل به آن پرداخته شد و تأکید کردیم که استفاده از نمادها و تصاویر یکی از این شرایط است که با توجه به ویژگی‌های فرهنگ مدرن، روزبه‌روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. به عبارتی تصاویر می‌توانند با ساده‌سازی مباحث زیست‌محیطی موجب جلب توجه افراد به مسائل زیست‌محیطی شوند. اگرچه نباید کارکرد تصاویر را به جلب توجه صرف فروکاست؛ چراکه تصاویر می‌توانند ابزاری مناسب برای پردازش اطلاعات و حتی برساخت موضوعات پیچیده زیست‌محیطی باشند

تحلیل تصاویر موجود در کانال‌های نمونه تحقیق با الگوی کرس و ون لیوون نشان می‌دهد در این تصاویر در فرانش تعاملی بیشتر از ساختارهای مفهومی استفاده شده است تا ساختارهای روایی که این امر با توجه به مخاطبان این تصویر امری صحیح و مناسب بوده است. در فرانش تعاملی نیز بیشتر از زاویه مستقیم دوربین و هم‌سطح چشم استفاده شده است این زاویه به مخاطب القا می‌کند که بحران آب بخشی از جهان اجتماعی بیننده تصویر است و بیننده با آن ناآشنا نیست. در بیشتر تصاویر نیز از رویکرد عرضه استفاده شده است تا تقاضا؛ منظور این است که تصاویر بیشتر هدفشان برانگیختن تفکر مخاطب برای فکر کردن به بحران آب بوده است، اگرچه در مواردی هم از رویکرد تقاضا استفاده شده است و از احساسات مخاطب استفاده شده

است تا با افراد بازنموده در تصویر برای کاهش مصرف آب همراهی نماید. طبق مؤلفه‌های فرانش ترکیبی می‌توان گفت بر اساس عناصر معلوم و مجهول در تصاویر به مخاطب این‌گونه القا می‌شود که بحران آب برای مخاطب امری آشناست. البته در تصاویری هم این‌گونه به مخاطب القا می‌شود که بی‌توجهی دولت و سیاستمداران و مسائل زیست‌محیطی برای مخاطب امری آشنا و البته قابل نقد است. در بیشتر تصاویر از ساختار عناصر مرکزگرا برای بیان مفاهیم مدنظر استفاده شده است.

همچنین کنشگران موضوع بحران آب را در چهار چارچوب عمده محیط‌زیست‌گرایی، اقتصاد سیاسی آب، امنیت زیست‌محیطی و عدالت زیست‌محیطی تعریف کرده‌اند.

بر اساس چارچوب زیست‌بوم‌گرایی صرف مدیریت بهتر در استفاده از منابع طبیعی راهکار مناسبی برای وضعیت موجود نیست، بلکه باید دگرگونی‌های بنیادی در مورد رابطه انسان و طبیعت به وجود آید، تا بتوان بر مشکلات موجود غلبه کرد. در فضای تصویرها هم چارچوب‌های کلان بحران آب به بحث محیط‌زیست‌گرایی پرداخته‌اند، به عبارتی بحث توسعه پایدار در فضای تصاویر در قالب محیط‌زیست‌گرایی یعنی مدیریت رابطه انسان و طبیعت برای بهره‌برداری بهتر انسان مورد استفاده قرار گرفته است. در این تصاویر بیشتر از مفهوم عرضه استفاده شده است، به این معنا که مخاطب را به تفکر در مورد عناصر بازنمودی تصویر فرامی‌خواند، از لحاظ ساختار هم تصاویر دارای ساختاری ثابت و محکم و پایدار هستند، که این تقویت‌کننده خصلت ترکیبی تصاویر است. در تصاویر برای بیان گستردگی بحران آب هم از المان‌های زندگی شهری و هم المان‌های زندگی روستایی استفاده شده است.

برخلاف دیگر چارچوب‌ها و گفتمان‌های محیط‌زیستی که محیط‌زیست و حفظ طبیعت در کانون آنها قرار دارد در گفتمان عدالت زیست‌محیطی محیط‌زیست واسطه یا ابزاری برای مطرح کردن نابرابری‌های اجتماعی و ظلم‌هایی می‌شود که به واسطه محیط‌زیست علیه اقلیت‌های نژادی، قومی و طبقات پایین اعمال می‌گردد، بنابراین موضوع و محوریت بحث در اینجا نابرابری‌های اجتماعی است؛ به این معنا که محیط‌زیست و مسائل نابرابری به همدیگر مرتبط هستند و از خلال محیط‌زیست می‌توان به تحلیل نابرابری‌های اجتماعی پرداخت. با توجه به فضای رسانه‌های اجتماعی و نسبت آنها با رسانه‌های جریان اصلی برای مطالبه‌گری در حوزه اقلیت‌ها این بحث بسیار مورد توجه قرار گرفته است، به عبارتی ارتباط گران از مسائل زیست‌محیطی برای مطرح کردن نابرابری‌های اجتماعی جامعه ایران استفاده کرده‌اند و در این

حالت خود بحث بحران آب در زمینه عدالت مطرح می‌شود. تصاویر با استفاده از المان‌هایی که اقلیت‌های قومی و زبانی را نمایندگی می‌کنند، بحث عدالت اجتماعی را مطرح کرده‌اند. به عبارتی در تصاویر فرانش بازنمودی (یعنی افراد بازنموده شده در تصویر که نمادهای اقلیت بودن را به همراه دارند) شرایط زیست‌محیطی را با نابرابری‌های اجتماعی پیوند می‌دهد و با برجسته کردن نگاه منفعلانه اقلیت‌ها به شرایط ایجاد شده در محیط تصویر به توزیع اجتماعی نابرابر زحمات و سودهای محیط زیستی اشاره شده است.

در اغلب مواقع رسانه‌های جریان اصلی به موضوعات اقتصاد سیاسی آب ورود نکرده‌اند و بیشتر بر مبنای توسعه پایدار به تحلیل بحران آب می‌پردازند؛ اما در رسانه‌های اجتماعی روزنامه‌نگاران و کنشگران زیست‌محیطی با مطرح کردن جنبه‌های متفاوتی از دلایل بحران آب مخاطب را نسبت به اهمیت اقتصاد سیاسی آب آگاه کرده‌اند. در فضای تصاویر نیز چارچوب اقتصاد سیاسی بحران آب مورد توجه قرار گرفته است، در تصاویر با استفاده مجهول کردن فاعل امر بازنمودی و فروش آب به عنوان کالا زمینه تعریف چارچوب‌های تشخیصی را اقتصاد سیاسی بین الملل تعریف کرده است. به این معنا که آنها بعد مالی پروژه‌های انتقال آب، سدسازی، تلاش برای ترویج آب‌های بطری، جایابی نامناسب کارخانه‌ها و تلاش برخی از ذی‌نفعان برای افزایش قیمت آب را مطرح کرده‌اند. در فضای رسانه‌های جریان رسمی همواره بحث افزایش تولید و صادرات به عنوان شاخص موفقیت اقتصادی برای کشور مورد توجه قرار گرفته است، اما در رسانه‌های اجتماعی بحث افزایش تولید فولاد در کشور در مقایسه با سایر کشورهای توسعه‌یافته مطرح شده است، به عبارتی روایتی که برای دلایل بحران آب مطرح شده است موضوع را از سطح ملی به سطح فراملی انتقال داده و دلایل بحران آب در کشورهای توسعه‌نیافته یا در حال توسعه را با رویکرد مارکسیستی اقتصاد سیاسی مطرح کرده است.

و در آخر در این تصاویر امنیت زیست‌محیطی به عنوان یکی از چارچوب‌های کلانی که توانایی تشخیص و تجویز دلایل بحران آب را دارد مورد توجه قرار گرفته است. امنیت زیست‌محیطی با زیر مقوله‌هایی مانند ایجاد جنگ بر سر آب (به خاطر افتاد بعد داخلی امنیت ملی) و کاهش تولید مواد غذایی (افزایش وابستگی به کشورهای دیگر و به خاطر افتادن بعد خارجی امنیت ملی) به عنوان تبعات بحران آب برای به خطر انداختن امنیت ملی مورد توجه قرار گرفته است.

منابع

اسپنسر، استفان (۱۳۹۵) **روش‌های پژوهش تصویری در علوم اجتماعی**، ترجمه نعمت‌الله فاضلی و مرتضی قلیچ، تهران: مرکز سنجش و پژوهش افکار.

داندیس، دنیس (۱۳۹۱) **مبادی سواد بصری**، ترجمه مسعود سپهر، انتشارت سروش: تهران.

شریفی، زینب، مظفری، افسانه، دلاور، علی و فرهنگی علی‌اکبر (۱۳۹۷) **تبیین مؤلفه‌های روزنامه‌نگاری محیط‌زیست و ارائه مدل مطلوب برای مطبوعات ایران**، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهاردهم، شماره ۵۰، صص ۱۱۱-۱۳۸

صالحی، سودابه (۱۳۹۴) **روش‌شناسی‌های تحقیق بصری: خوانش تصویر**، فصلنامه نقد کتاب، شماره ۵، صص ۲۵۱-۲۶۶

صالحی، صادق و کریم زاده، سارا (۱۳۹۳) **تحلیل رابطه بین ارزش‌های زیست‌محیطی و نگرش‌های نوین زیست‌محیطی**، سال دهم شماره ۳۷، صص ۱۵۳-۱۷۰

طالبی صومعه‌سرای، مهشید؛ شهابی، محمود؛ عنایتی شبکلابی، علی (۱۳۹۵) **واکاوی معنایی واکنش شهروندان نسبت به اطلاعات زیست‌محیطی رسانه ملی: با تأکید بر اطلاع‌رسانی مسائل آب بازیافتی**، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۳(۸۵)، ۶۷-۸۹

عرفانی حسین‌پور، رضوانه (۱۳۹۲) **تحلیل رتوریک مستندهای مربوط به بحران زیست‌محیطی دریاچه ارومیه**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی دکتر مهدی منتظر قائم، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

فرخی، فاطمه (۱۳۹۶) **نقش رسانه‌های جدید در دگرگونی شیوه‌های ارتباطی سازمان‌های مردم‌نهاد: تحلیل تجربیات فعالان سمن‌های زیست‌محیطی**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی دکتر زرین زردار، دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

کرس، گونتر و تئو ون لیوون (۱۳۹۵) **خوانش تصاویر: دستور طراحی بصری**، ترجمه سجاد کبگانی، تهران: هنر نو.

منتظر قائم، مهدی و عرفانی حسین‌پور، رضوانه (۱۳۹۲) **تحلیل رتوریک فیلم مستند زیست-محیطی**، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال دهم شماره ۳۵، صص ۹۴-۵۹

هانگین، جان (۱۳۹۳) **جامعه‌شناسی محیط‌زیست**، ترجمه صادق صالحی، تهران: سمت
والکر، جان و چاپلین، سارا (۱۳۸۵) **مبانی و مفاهیم فرهنگ تصویری**، ترجمه حمید گرشاسبی و سعید خاموش، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.

- Bakar, D. (2015). Good, the Bad and the Ugly: Framing the country development through environmental communication. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 8-12.
- Delicath, J. W., & DeLuca, K. M. (2003). Image events, the public sphere, and argumentative practice: The case of radical environmental groups. *Argumentation*, 17(3), 315-333.
- DeLuca, K. M., Lawson, S., & Sun, Y. (2012). Occupy Wall Street on the public screens of social media: The many framings of the birth of a protest movement. *Communication, Culture & Critique*, 5(4), 483-509.
- Dondis, D. (2012). *Primer of Visual Literacy*, (Sepehr, M, Trans.), Tehran: Soroush Publications
- Erfani Hosseinpour, R. (2013). Rhetorical analysis of documentaries related to the environmental crisis of Lake Urmia, Master Dissertation in communication, (Montazerghaem, M: Advisor), Tehran University, Faculty of social sciences. (In Persian)
- Farrokhi, F. (2017). The role of new media in changing the communication practices of NGOs: Analysis of the experiences of environmental activists, Master Dissertation in communication, (Zardar, Z: Advisor), Allameh Tabataba'I University, Faculty of social sciences. (In Persian)
- Gunther, K., Leeuwen, T. (2016). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, (Kabgani, S, Trans.), Tehran: Honareno publications
- Hannigan, J. (2014). *Sociology of environment*, (Salehi, S, Trans.), Tehran: Samt publications
- Hansen, A. (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication. *International Communication Gazette*, 73(1-2), 7-25.
- Herve-Bazin, C. (Ed.). (2014). *Water communication*. IWA Publishing.
- Jenks, C. (۲۰۰۳). The centrality of the eye in Western culture. *Visual culture*, 1-25.
- John A. Walker, J., Chaplin, S. (2006). *Visual culture: an introduction*, (Garshasbi, H., Khamoush, S, Trans.), Tehran: Department of IRIB Research
- Montazarghaem, M. (2013). Rhetorical analysis of environmental documentary film, *Cultural Studies & Communication*, 10(35), 59-94. (In Persian)
- O'Neill, S., & Nicholson-Cole, S. (2009). "Fear won't do it" promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science Communication*, 30(3), 355-379.
- Pezzullo, P. C., & Cox, R. (2017). *Environmental communication and the public sphere*: SAGE Publications.
- Platonova, M. (2016). Applying emotive rhetorical strategy to environmental communication in English and Latvian. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 236, 107-113.
- Popp, R. K., & Mendelson, A. L. (2010). 'X'-ing out enemies: Time magazine, visual discourse, and the war in Iraq. *Journalism*, 11(2), 203-221.
- Salehi, S. (2015). visual research methodology; reading Images, Art quarterly book review, 2 (5), 251-266. (In Persian)
- Salehi, S., & Karimnejad, S. (2014). An Analysis on Relationship Between Environmental Values and New Environmental Attitudes (Case study: Urmia). *Cultural Studies & Communication*, 10(37), 153-170. (In Persian)
- sharifi, Z., mozaafari, A., Delavar, A., & Farhangi, A. (2018). Clarifying the Elements of Environmental Journalism. *Cultural Studies & Communication*, 14(50), 111-139. (In Persian)
- Spencer, S. (2016). *Visual Research Methods in the Social Sciences*, (Fazeli, N., Ghalich, M,

- Trans.), Tehran: Center for research and evaluation of opinions
- Syfert, C. (2013). Visual images and the rhetoric of environmental advocacy.
- Talebi Someesarayee, M., Shahabi, M., & Anayati Shabklayee, A. (2016). Semantic Analysis of Citizens Reactions to IRIB Environmental Contents A focus on recycled water. *Communication Research*, 23(85), 67-89. (In Persian)
- Weintraub, D. (2010). Everything you wanted to know, but were powerless to ask. In *Visual communication research designs* (pp. 216-240). Routledge.