

الگوواره مطلوب فیلم مستند در زمینه مصرف آب^۱

رسول محمودی یمین^۲؛ سیدمحسن بنی‌هاشمی^۳؛ محمدعلی هرمزی‌زاده^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۶/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۲۶

چکیده

این پژوهش، تلاشی در زمینه ارائه الگوواره مطلوب تولید فیلم‌های مستند در زمینه مصرف آب است. سازمان صداوسیما در طی چند دهه گذشته، در راستای فرهنگ‌سازی، فیلم‌های مستند بسیاری را پیرامون بحران آب تولید کرده است. شناخت نحوه پرداخت به بحران و فرهنگ مصرف آب در این مستندها امری ضروری است تا نقاط قوت و ضعف آنها شناسایی شود. برای دستیابی به این هدف، از روش‌های مصاحبه عمیق و تحلیل محتوای کیفی- که درواقع گونه‌هایی از روش‌های کیفی پژوهش در علوم اجتماعی و ارتباطات هستند- استفاده شده و با بررسی نظرات کارشناسان رسانه و محیط‌زیست، شاخصه‌های مطلوب پرداخت و مشکلات حوزه آب استخراج شده است. در نهایت، با مقایسه موضوعات استخراج‌شده، با مقولات پرداخته‌شده در فیلم‌های مستند، به ارائه الگوواره محتوایی مطلوب پرداخته‌ایم. به این منظور، با ۱۳ کارشناس، مصاحبه انجام شده است و ۱۰ مستند هم از دو بازه زمانی مختلف (دهه‌های ۶۰ و ۹۰) بررسی شده‌اند. نتیجه این تحقیق نشان داد برای موفقیت در پرداخت به بحران مصرف آب در فیلم‌های مستند باید از یک الگوواره سه مرحله‌ای پیروی کرد که به ترتیب عبارت است از: مرحله اول: آگاهی‌بخش، پیشگیرانه و پیش‌بینی‌کننده؛ مرحله دوم: آموزشی و مقابله‌ای، درگیرکردن افکار؛ و مرحله سوم: بسیج‌کننده، افشاگرانه، سرعت و فوریت.

واژه‌های کلیدی

آب، صداوسیما، الگوواره، فیلم مستند.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. کارشناسی‌ارشد ارتباطات، گروه ارتباطات، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

r.yamin202@gmail.com

۳. استادیار، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران..

smohsenb@yahoo.com

۴. مربی، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.

hormozizadeh@iribu.ac.ir

مقدمه

امروزه بیش از دو میلیارد نفر در سراسر جهان به آب آشامیدنی سالم دسترسی ندارند و تقریباً نیمی از جمعیت جهان حداقل در بخشی از سال با کمبود شدید آب مواجه هستند. انتظار می‌رود این اعداد با تغییرات اقلیمی و رشد جمعیت تشدید شود و از سوی دیگر تنها ۵/۰ درصد از آب روی زمین قابل استفاده و در دسترس است و تغییرات اقلیمی به طور خطرناکی بر این منبع تأثیر می‌گذارد (United Nations, 2025) اهمیت و گستردگی این موضوع، توجه دانشمندان و سازمان‌های مختلف را برای حل آن برانگیخته است.

براساس رتبه‌بندی ۱۰۰ چالش اساسی کشور، مساله آب رتبه دوم در حال حاضر و در سال‌های آتی را دارا می‌باشد. سرانه منابع آب تجدیدپذیر کشور از ۵۵۰۰ مترمکعب در سال ۱۳۴۰ به حدود ۱۳۰۰ مترمکعب در سال‌های اخیر کاهش پیدا کرده و کشور وارد تنش آبی شده است. حدود نیمی از مصرف آب ایران از سفره‌های زیرزمینی بوده که دچار کاهش شدید تراز آب و در نتیجه فرونشست زمین گردیده است. علاوه بر تنزل کمی منابع آب، کیفیت آن خصوصاً در آب‌های سطحی دچار مخاطره شده است (اندیشکده آب و محیط زیست، ۱۴۰۴). این بحران در ایران به علت فقدان برنامه‌ریزی، سوء مدیریت، عطش توسعه و خودکفایی، تصمیمات سیاسی در تخصیص آب، عدم قیمت‌گذاری مناسب و ناتوانی کشاورزان در بهینه سازی سیستم‌های آبیاری و... است (Mirzavand And Bagheri, 2020, p2). به همین دلیل سازمان‌های مختلف از جمله صداوسیما طی چند دهه گذشته در راستای فرهنگ‌سازی برنامه‌های متنوع و زیادی پیرامون آب تولید کرده است. این برنامه‌ها در جهت آگاه‌سازی مخاطبان و مقابله با بحران آب در قالب‌های گوناگونی تولید شده‌اند. امروزه بیش از هر قالب دیگر از فیلم مستند برای آگاهی‌بخشی و افزایش حساسیت مخاطبان نسبت به موضوعات مهم و راهبردی مثل بحران آب و واقع‌نمایی آن در جامعه استفاده می‌شود. از سوی دیگر رسانه‌ها باید رسالت بزرگ آگاه‌سازی مخاطبان برای مقابله با شرایط بحرانی را با دقت و به‌طور مستمر انجام دهند به‌عنوان زبان گویا و چشم‌بینای مردم، کارشناسان و مسئولان با رعایت انصاف، منطق، اعتدال و عقلانیت دغدغه‌ها و مشکلات آنان و نیز راهکارهای

مناسب برای مقابله با بحران آب و مصرف درست را به شیوه‌ای مناسب طرح و ارائه کند. از این رو تحلیل فیلم‌های مستند ساخته شده در زمینه آب و ارائه الگوواره مطلوب پرداخت به بحران آب در فیلم‌های مستند یکی از ضرورت‌های امروز تولیدات رسانه‌ای می‌باشد، که در این پژوهش موردتوجه قرار گرفته است. هدف اصلی این پژوهش، تحلیل مستندهای ساخته شده در حوزه آب و ارائه الگوواره محتوای ساخت فیلم‌های مستند در حوزه بحران آب است، بر این اساس، مهم‌ترین سؤالات پژوهش عبارت‌اند از:

۱. فیلم‌های مستند ساخته شده در صداوسیما در مورد آب، چگونه به بحران آب پرداخته‌اند؟
۲. مقولات موردنظر کارشناسان که در فیلم‌های مستند باید رعایت شود، چیست؟
۳. الگوواره مطلوب پرداختن به بحران آب در فیلم‌های مستند چیست؟

پیشینه پژوهش

غلامی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان: «سینمای زیست‌محیطی و مسئله آب در ایران؛ چهارچوب‌بندی پیام‌های زیست‌محیطی در مستند مادرکشی» به نحوه چهارچوب‌بندی مسئله آب ایران در مستند مادرکشی پرداخته است. سؤال اصلی پژوهش این است که مستند مادرکشی چگونه با مسئله زیست‌محیطی آب مواجه شده و آن را به چه شیوه‌هایی چهارچوب‌بندی کرده است؟ چهارچوب‌بندی می‌تواند نحوه مواجهه با مسئله آب را در سه سطح (تشخیص، تجویز و انگیزش) تشریح نماید. برای پاسخ به سؤال پژوهش، این مستند با استفاده از دو روش تحلیل محتوای کیفی و تحلیل رتوریک مطالعه شد. یافته‌ها حکایت از آن دارد که توسعه پایدار مهمترین چهارچوبی است که این مستند برای فهم مسئله آب انتخاب کرده است. به عبارتی مستند مادرکشی، چهارچوب‌های تشخیصی و تجویزی خود را بر مبنای توسعه پایدار تنظیم کرده است. این پژوهش در سطح پیام و

۱ در زبان فارسی، «الگوواره» به نوعی از الگو اشاره دارد که می‌تواند به ساختار یا فرم خاصی مربوط شود.

به‌طور خاص یک مستند را مورد بررسی قرار داده در حالی پژوهش حاضر به قالب برنامه‌سازی مستند پرداخته است اما هر دو پژوهش بحران آب را به عنوان یک متغیر مدنظر قرار داده‌اند.

علی‌خانی و غلامی (۱۴۰۰) با بررسی فیلم مستند به عنوان یک چهارچوب رسانه‌ای و توجه به این مسئله که هر چهارچوبی تأثیرهای متفاوتی بر رفتارهای مسئولانه در موضوع محیط‌زیست دارد و می‌تواند نشانه‌ای از نگرش اجتماعی یا رسانه‌ای به موضوع باشد. این پژوهش به کمک نظریه و روش تحلیل چهارچوب، به تحلیل ۲۲ فیلم مستند دهه‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰ پرداخته است تا به این سؤال پاسخ دهد که مستندهای بحران آب در ایران چگونه این موضوع را در چهارچوب عدالت زیست‌محیطی قرار می‌دهند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد چهارچوب عدالت زیست‌محیطی در این فیلم‌ها فراوانی چندانی ندارد. در آن دسته از فیلم‌هایی که موضوع را در چهارچوب عدالت زیست‌محیطی ارائه می‌کنند، محور «نابرابری در علل اجتماعی شرایط زیست‌محیطی» مبتنی بر دلایل طبیعی و مقصردانستن محیط‌زیست به‌مثابه امری خودبنیاد، مستقل، قدرتمند و خارج از اختیار انسان بدون اشاره به دلایل انسان‌ساز خشکسالی است. این پژوهش نیز به طور خاص وضع کنونی و محتوای مستندهای تولید شده بررسی نمود به حالت آرمانی و چگونگی پرداخت مطلوب اشاره‌ای نشده است.

گرا‌نامه‌پور و بیگدلی‌نژاد (۱۳۹۱) پژوهشی را با عنوان «بررسی نقش آموزشی رسانه ملی در اصلاح الگوی مصرف آب در بین شهروندان تهرانی» انجام داده‌اند: این تحقیق به «بررسی نقش آموزشی رسانه ملی در اصلاح الگوی مصرف آب در بین شهروندان تهرانی» می‌پردازد. روش این تحقیق پیمایشی و ابزار جمع‌آوری داده پرسشنامه بوده است. هدف‌هایی که این پژوهش به دنبال آن است عبارت‌اند از: «بررسی نقش آموزشی رسانه ملی در اصلاح الگوی مصرف آب و بررسی نقش زمان و تکرار دفعات پخش برنامه‌های آموزشی رسانه ملی در زمینه اصلاح الگوی مصرف». پس از تجزیه و تحلیل اطلاعات، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان در طول روز تلویزیون و پیام‌های آموزشی و تبلیغی در زمینه مصرف بهینه آب را تماشا نمی‌کنند و معتقدند که برنامه‌های آموزشی رسانه ملی در زمینه مصرف آب که در حال حاضر پخش می‌شوند، کمتر با واقعیت‌های موجود

در جامعه هماهنگی دارند. جامعه مورد این پژوهش مانند پژوهش حاضر رسانه به صورت خاص رسانه‌ای ملی است با این تفاوت که پژوهش ذکر شد تنها به بعد آموزشی رسانه پرداخته است.

چهارچوب نظری

در این مقاله، موضوع آب از نگاه ارتباطات و چهارچوب‌های رسانه‌ای مورد توجه قرار گرفته است. همانطور که در مقدمه ذکر شد، فیلم‌های مستند یکی از قالب‌های رسانه‌ای هستند که می‌توانند مسائل زیست محیطی را قابل فهم و ملموس نمایند:

مستند

در زبان فارسی برای مفهوم Documentary، واژه «مستند» که ریشه عربی دارد به نحوه جالب و پر معنایی معادل‌سازی شده، استفاده می‌شود (ضابطی جهرمی، ۱۳۹۳: ۳۴). ولی برای فیلم‌سازان، این اصطلاح مفاهیم خاص‌تری دربر دارد و به فیلم‌هایی که موضوع آن‌ها، داستانی دربر ندارد یا تخیلی نیست و یا این‌که در ساخت آن از دستمایه‌های واقعی، یعنی شخصیت‌های حقیقی، رویداد واقعی، مکان واقعی و یا اسناد و مدارک واقعی استفاده شده است، اشاره دارد. صرف‌نظر از این‌که فیلم مستند خود زیرمجموعه‌هایی دارد، اما انتظاری که از همه آن‌ها می‌رود این است که از واقعیت نشأت گرفته باشند و واقعیت را نشان دهند.

در سال ۱۹۴۸م. اتحادیه جهانی فیلم‌های مستند، فیلم مستند را به این شرح تعریف می‌کند: «تمام روش‌هایی که برای ثبت هر واقعیت تفسیری بر روی نوار فیلم، چه از صحنه واقعی، چه به کمک بازسازی صادقانه صحنه‌های اصلی به کار می‌رود؛ مستندسازی نام دارد. فیلم مستند، متوسل شدن به استدلال و احساسات، برای ایجاد تحریک دلخواه، گسترش معلومات انسانی، برخورد واقع‌گرایانه با مسائل و یافتن راه‌حل آن‌ها در زمینه اقتصادی، فرهنگی و روابط انسانی است» (مران بارسام، ۱۳۶۲، ص ۱۳).

جان گریب سون فیلم مستند را «گزارش و تفسیر خلاق واقعیت می‌داند» (نفیسی، ۱۳۷۵: ۳). در یک جمع‌بندی، می‌توان چنین نتیجه گرفت که فیلم

مستند، روایتی از واقعیت است که سازنده فیلم از موضعی کاملاً شخصی ارائه می‌کند. مستندساز ضمن تلاش در جهت وفاداری به واقعیت، می‌کوشد تا دید و برداشت خویش را از واقعیت به تصویر بکشد. قطعاً واقعیت بیرونی با آنچه در فیلم مستند بازتاب یافته است، متفاوت خواهد بود. از این تفاوت گریزی نیست.

به‌طورکلی آنچه از سوابق، تاریخ، کارکردها و کاربردهای فیلم مستند پیداست، این است که مستندسازی برای توجه کردن و دقیق شدن در سازمان زندگی بشر و اغلب به‌منظور ارتقای ارزش‌های آن استمرار داشته است. موجودیت فیلم مستند زمانی اهمیت بسیار محسوس می‌یابد که انسان در شناخت خود و محیط پیرامونش، با مسئله، مشکل و یا ابهام روبه‌روست. به همین دلیل فیلم‌های مستند اغلب توضیح‌دهنده «چگونگی و چرایی» پدیده‌ها هستند. به‌طورکلی، اهداف فیلم مستند تصویر کردن زندگی انسان در محیط و شناخت امکانات و مسائلی است که در شرایط ویژه آن محیط برای او بروز می‌کند. با چنین هدفی، فیلم‌های مستند اغلب در افزایش سطح آگاهی بیننده از فرهنگ، تاریخ، سرزمین، جامعه و توانایی‌های مربوط به محیط جغرافیایی و شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی افراد آن جامعه، تأثیر بسیار دارد (ضابطی‌چهرمی، ۱۳۸۷: ۲۴۲).

هدف و عملکرد فیلم مستند آگاهی دادن درباره نحوه مقابله با مشکلات و چیرگی بر آن‌ها و یا ایجاد توازن بین نیازهای بیولوژیک و عاطفی از یک‌سو و محیط‌زیست از سوی دیگر است. ازاین‌رو، آموزش‌های مستقیم مربوط به رفتارهای فردی و جمعی، همچنین توسعه قابلیت‌های ذهنی انسان، از راه آموزش‌های علمی و عملی در بهره‌وری از محیط، منابع و موقعیت‌ها، در چهارچوب اهداف و کارکردهای فیلم مستند است.

نظریه کارکردی رسانه‌ها

رسانه‌ها به واسطه کارکردهایی که دارند، می‌توانند در زمینه مصرف آب فرهنگ ساز باشند. به عبارت دیگر توجه به کارکردهای که رسانه‌ها در زمینه محیط‌زیست دارند، می‌تواند نقشی مهمی در شناخت ابعاد ساخت یک مستند تأثیرگذار داشته باشد. دورکهایم رسانه‌ها و دیگر نهادهای اجتماعی را در عملکرد طبیعی با جامعه واجد نقش اصلی و اساسی می‌داند. از نظر او هر جامعه همانند

بدن انسان، برای اینکه کارکردی داشته باشد. نیاز مشخصی دارد که باید برآورده شود (ویلیامز، ۱۳۹۰: ۵۹).

نخستین تلاش‌ها برای تعیین و ارزیابی کارکردهای رسانه‌ها، توسط لاسول^۱ (۱۹۴۸) انجام گرفت. او سه کارکرد نظارت بر محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث فرهنگی را برای رسانه‌ها مطرح کرد. نخستین کارکرد نظارت، مراقبت، تهیه و رساندن اخبار است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۵۱-۴۵۰).

همبستگی: دومین کارکرد، انتخاب و تفسیر اطلاعات در محیط است.

انتقال فرهنگ: رسانه‌ها در حکم انتقال‌دهنده فرهنگ با گسترش بنیان تجربه مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند. رسانه‌ها با استمرار اجتماعی شدن پس از اتمام آموزش رسمی و نیز با شروع آن در طول سالیان پیش از مدرسه، به جذب افراد در جامعه کمک می‌کنند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۵۱-۴۵۳).

چالزایت^۲ (۱۹۶۰) کارکرد تفریح و سرگرمی را به‌منزله‌ی چهارمین کارکرد عمده رسانه به آن افزود. او معتقد است که رسانه‌ها می‌توانند آرام‌بخش و شادی‌آفرین باشند.

دنیس مک‌کوایل^۳ کارکرد پنجمی با نام بسیج رسانه‌ها به کارکردهای مذکور اضافه کرد. او معتقد است که همه‌جا از رسانه‌های جمعی توقع می‌رود که منافع ملی را به‌پیش ببرند و بعضی ارزش‌ها و الگوهای رفتاری کلیدی را تبلیغ و ترویج نمایند، اما بخصوص در شرایط بحرانی این وظیفه اهمیت بیشتری می‌یابد (رشیدی و همکاران ۱۳۹۳: ۱۸).

رسانه و فرهنگ‌سازی

فرهنگ و ارتباطات در روابط، همزیست و در عمل انفکاک‌ناپذیرند. به گفته کرس^۴، هر رفتار و عمل فرهنگی، رویدادی ارتباطی است و هر کنش ارتباطی

1. Harold Lasswell.
2. Charles Wright.
3. Denis McQuail.
4. Kress.

رویدادی فرهنگی محسوب می‌شود (3-Kress,1988, p 1) به نظر تاملینسون^۱ نیز ارتباط فرهنگ‌ساز است؛ از آن‌رو که بُعد عمده ارتباطات، پیوستگی فرهنگ‌ها و ارتباط انسان‌ها به‌گونه‌ای فرهنگی است (دهشیری، ۱۳۸۸: ۱۸۰).

کارلسون^۲ و همکاران معتقدند رسانه دروازه‌ای است که از طریق آن فرهنگ به افراد منتقل می‌شود؛ اگرچه محتوای رسانه یک عنصر فرهنگی به شمار می‌آید (Carlson,2008, p 128). رسانه گروهی از یک‌سو انعکاس زندگی روزمره و تعامل با فرهنگ جمعی به شمار می‌آیند و از سوی دیگر محملی محسوب می‌شوند که پیام‌ها را می‌سازند و به خلق معانی فرهنگی مبادرت می‌ورزند. بدین ترتیب، ارتباطات و فرهنگ محکوم به همزیستی هستند. ارتباطات، محصول فرهنگ است و فرهنگ مشخص‌کننده رمز، ساختار، معنا و زمینه ارتباط است (دهشیری، ۱۳۸۸: ۱۸۰).

با توجه به ماهیت رسانه و ارتباط آن با فرهنگ می‌توان گفت که رسانه‌ها در شش مقوله اندیشه پردازی، ارزش‌گذاری، هنجاری‌سازی، نمادسازی، جامعه‌پذیری و الگوسازی و نوآوری رفتاری در امر فرهنگ‌سازی در باب موضوعات مختلف به‌خصوص مصرف آب مؤثرند:

الف- اندیشه‌پردازی

رسانه‌ها به باورپذیری، مفهوم‌سازی و اندیشه‌ورزی و تبیین و تعیین الگوهای فکری و انسجام‌بخشی به نظام‌های معنایی به‌منظور ارتقای سطح دانش و معرفت عمومی مبادرت می‌ورزند. آن‌ها به تبیین و واکاوی پدیده‌های دنیای اطراف و طبقه‌بندی و معنا بخشی به آن‌ها و نمایاندن رابطه افراد با محیط، ماوراءالطبیعه و سایر اعضای جامعه می‌پردازند (بورن، ۱۳۷۹: ۱۰۰). ارتباطات وسیله‌ای برای ایده پردازی و فرایندی برای تفسیر ایده‌ها، افکار، عقاید و باورها محسوب می‌شود که تبادل نظر بین پیام‌گیران و پیام‌رسانان را برای تثبیت و تحکیم اعتقادات اجتماعی امکان پذیر می‌سازد (بورن، ۱۳۷۹: ۲۸۶-۲۷۰). با توجه به اهمیت فزاینده دانایی و دانش اطلاعات در موج سوم اطلاعات و ارتباطات و اهمیت جوامع معرفتی در

1. Tomlinson.

2. Carlson.

دنیایی کنونی، رسانه‌ها قادرند با اندیشه‌ورزی، اندیشه‌پردازی، مفهوم‌سازی و ارائه اندیشه‌ای جذاب، عملی، کارآمد و مجاب‌کننده در زمینه مصرف بهینه آب و بحران نبود آن به تبیین عقاید و دیدگاه‌های ملی و آگاهی‌بخشی به مردم و مشروعیت‌دهی درباره ایده‌های مسلط در این حوزه از طریق جهت‌دهی به تفکر و اقدام اجتماعی مبادرت ورزند و به تقویت دانش پیش‌بینی و آینده‌نگری از طریق سناریو پردازی محتمل نظیر خشکسالی، بحران اجتماعی ناشی از آن و... بر مبنای عقلانیت‌گرایی و خردورزی اهتمام نمایند.

ب- ارزش‌گذاری

ارزش‌گذاری به معنای ترویج بایسته‌های ایدئولوژیک و آموزه‌هایی است که مظهر هویت‌یابی و خودآگاهی جوامع قلمداد می‌شوند. در این میان، رسانه‌ها به‌عنوان بازتاب‌دهنده ارزش‌های فرهنگی و ایدئولوژی‌های اجتماعی به ترویج و تحکیم ارزش‌ها به‌عنوان ایستاره‌های عمیق و پایدار و تمایلات انعکاس‌دهنده جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک و فرهنگی مبادرت می‌ورزند (Lull, 2000, p 292). رسانه‌ها به‌مثابه ابزار بیان و انتقال ارزش‌ها و جلب حمایت عمومی نسبت به تحقق بایدها و نبایدهای اجتماعی در زمینه‌های گوناگون به خصوص محیط زیست به شمار می‌آیند.

رسانه‌ها از کارکرد عمده‌ای در تفسیر مردم از بایدها و نبایدها و ادراک آنان از محیط اجتماعی و فیزیکی و به‌طور کلی نگرش جامعه به ارزش‌های اخلاقی، احساسی و روحی و جهت‌دهی به قضاوت‌ها و معیارهای اجتماعی با توجه نقش‌ها و مقررات رفتاری برخوردارند (بورن، ۱۳۷۹: ۱۱۵-۱۰۷). نظر به این‌که ارزش‌ها را نمی‌توان بدون رجوع به زمینه اجتماعی مشخصی تحلیل کرد لذا پیام رسانه‌ها متن فرهنگی غنی و پرمایه‌ای تلقی می‌شود که موجب بصیرت و روشن‌بینی در خصوص ارزش‌های اجتماعی می‌گردد (هوور و بای، ۱۳۸۲: ۳۷).

ج- هنجارسازی

هنجارسازی به معنای ایستاره‌ها و الگوهای رفتاری برآمده از ارزش‌ها، نقش‌ها و نهادهای اجتماعی، میراث اخلاقی جامعه و روش‌های فرهنگ ملی برای تثبیت

هنجارهای بومی و مجازات وارکنندگان خدشه به نظم عمومی است. جیمز لال معتقد است هنجارها به عنوان شیوه‌های سازه‌مند، الگومند و قاعده‌مندی به شمار می‌آیند که انتظار سازواری اجتماعی را منتقل می‌کنند (Lull, ۲۰۰۰, p ۲۸۹). در این میان، رسانه ساختاری اجتماعی قلمداد می‌شود که از رهگذر تبیین قوانین نمادین به‌ویژه ارتباطات رفتاری، به ترویج هنجارهای فرهنگی و اقناع و متقاعدسازی بر زمینه رعایت قواعد و قوانین اجتماعی مبادرت می‌ورزد.

د- نمادسازی

نمادها را می‌توان برابر با اسطوره‌ها، تصاویر، مظاهر، نشانه‌ها و کلیه جنبه‌های ظاهری و نمادین میراث مادی و معنوی و حامل‌های معنایی دانست که مواردی از قبیل تصاویر ذهنی و عینی، داستان‌ها و نگارش‌های تاریخی، ادبیات، فولکور، زبان، ساختمان‌ها، آثار، مراکز و ابنیه‌های تاریخی، مجسمه‌ها، شاهکارهای معنوی و فعالیت‌های خلاق هنری را دربر می‌گیرد. در این رهگذر، رسانه‌ها با تصویرسازی و جهت‌دهی به تصویرهای ذهنی، به تولید و انتقال جنبه‌های اسطوره‌ای فرهنگ، اطلاعات و معنا از طریق استفاده از نشانه‌ها (مانند فیلم و خبر) و نمادها (مانند تصویر و کارهای هنری) به عنوان ابزارهای سودمند انتقال نماد و حامل‌های معنایی مبادرت می‌ورزند. آن‌ها به کدگذاری و ارسال پیام به گونه‌ای می‌پردازند که مخاطب را به تأمل و تدبیر در نشانه‌ها و پذیرش نمادهای اجتماعی وادارند؛ به‌طوری‌که براساس ترکیب اطلاعات و معنا بتواند به دریافت و رمزگشایی از پیام اهتمام ورزد (Copley, ۱۹۹۴, p ۷).

ه- جامعه‌پذیری^۱

جامعه‌پذیری فرایند تقویت آداب و رسوم یک جامعه به‌منزله جنبه آیینی^۲ و رفتارهای اجتماعی^۳ آن و گام عمده‌ای در روند فرهنگ‌سازی قلمداد می‌شود که دربرگیرنده سنت‌ها، عادات، آداب، آیین‌ها، جشن‌ها، اعیاد، جشنواره‌ها و مراسمی است که موجب تقویت انسجام اجتماعی و ارتقای حس وحدت در جامعه

1. Socialization.
2. Ritual.
3. Social Behaviors.

می‌شوند. رسانه‌ها از طریق جامعه‌پذیری و درونی کردن آیین‌ها، آداب، رسوم، تشریفات، عادت‌ها و سنت‌های اجتماعی، آن را به‌عنوان سرمایه مشارکت و بروز خویشتن انسان‌ها یا برونی‌سازی مورد استفاده قرار می‌دهند. درواقع، رسانه‌ها از گذر جامعه‌پذیری به الگوسازی رفتاری و تقویت تعامل اجتماعی می‌پردازند و در این راستا به تبیین عناصر مشترک فرهنگی و جستجوی معانی مشترک، سازواری بین اجتماع و ساختار قدرت کنش اجتماعی و حل تعارض بین هویت‌های فردی و اجتماعی مبادرت می‌ورزند (هوور و بای، ۱۳۸۲: ۶۸). رسانه‌ها سعی دارند از طریق پیام‌های ارتباطی و ترویج میراث فرهنگی معنوی به شکل‌دهی رفتارهای اجتماعی مبادرت ورزند. آن‌ها با تبیین آیین‌های تعامل اجتماعی (نحوه رعایت ادب و احترام نسبت به دیگران)، گفتاری (شیوه بیان نظرات و مخاطب قرار دادن دیگران) و ظاهری (طرز پوشش لباس، نوع اسامی و شیوه نام‌گذاری) موجب انتظارات اجتماعی درخصوص شیوه رفتار افراد در شرایط مختلف می‌شوند و از این طریق به انتقال میراث فرهنگی معنوی و شکل‌بخشی به ویژگی‌های فردی و اجتماعی مبادرت می‌ورزند (Tylor, 2000, p 29).

و- الگوسازی و نوآوری رفتاری

فناوری‌ها، مهارت‌ها و نوآوری‌ها بیانگر دانش و تجربه‌های انسانی و ابزارها و فناوری‌های مادی است که کاربست آن‌ها در جامعه بر شیوه زندگی و نحوه تعامل اجتماعی تأثیر می‌گذارد به‌گونه‌ای که از طریق فرایند یادگیری فرهنگی ۲ به آن‌ها انسجام و پیوستگی می‌بخشد (Bourdieu, 1990, p 13). با توجه به تأثیر فناوری‌ها، ابداع‌ها، ابتکارها، نوآوری‌ها و مهارت‌ها برکنش‌های فرهنگی و اجتماعی در زمینه مصرف آب رسانه‌ها قابلیت آن را دارند که به الگوسازی و نوآوری رفتاری در زمینه مصرف آب پردازند. با توجه به ارتقای فناوری‌های نوین و جایگاه آن در مصرف بهینه آب و نحوه برخورد با بحران آب، رسانه‌ها باید به آموزش مهارت‌های لازم برای فراگیری نحوه استفاده و کاربرد فنون جدید مبادرت ورزند و به مهارت‌ها و شیوه‌ها و کنش‌های رفتاری با توجه به فناوری‌های نوین شکل بخشند. آنان مردم را به یادگیری مهارت‌هایی تشویق می‌کنند که برای موفقیت در کنترل بحران به

1. Externalization.
2. Cultural Learning.

آن‌ها نیاز دارند. بدین ترتیب رسانه‌ها موجب ایجاد کنجکاوی و شوق به فراگیری علوم و فنون جدید در عامه مردم می‌شوند به نحوی که مردم در طول زندگی‌شان توجه فزاینده‌ای به آموختن فناوری‌های جدید نشان می‌دهند. چنین انگیزه‌ای از سوی رسانه‌ها ایجاد می‌شود که مردم را به یادگیری مهارت‌های جدید تشویق می‌کنند، به گونه‌ای که فرهنگ به اندوختن تجربه و مهارت‌های نوین با توجه به لزوم کاربرد فناوری‌های جدید تعبیر می‌شود که به اعضای جامعه کمک می‌کند تا از عهده مشکلات محیط اجتماعی و زیستی انسان در محیط مدرن و در زمان فشرده برآیند و توان بهره‌مندی از فناوری‌های جدید و کاربست آن‌ها در زندگی جدید را داشته باشند. بدین ترتیب، رسانه‌ها با توجه به قابلیت آموختن چگونگی تبدیل فناوری‌های نوین به بخشی از زندگی روزمره مخاطبان، نقش کارآمدی را در فرهنگ‌سازی مدرن ایفاء می‌کنند (بورن، ۱۳۷۹: ۹۵-۹۴).

روش پژوهش

در این پژوهش، برای نتیجه‌گیری و پاسخ دادن به سؤالات پژوهش از دو روش استفاده شده است. ابتدا با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، مستندهای ساخته شده در حوزه آب مورد تحلیل قرار گرفته است، سپس از فن مصاحبه عمیق برای دستیابی به نظر کارشناسان رسانه و محیط‌زیست استفاده شده تا راهکارهای بهبود فیلم‌های مستند در مصرف آب به دست آید. هدف اصلی ما برای استفاده از فن مصاحبه، بررسی و استخراج راهکارهای ارتقاء فرهنگ مصرف آب از طریق برنامه‌های مستند است. در نتیجه افرادی به عنوان کارشناس و مصاحبه‌شونده انتخاب شده‌اند که در زمینه‌های آب، رسانه و مستندسازی دارای تخصص باشند. در این پژوهش ما دارای دو جامعه مورد بررسی هستیم:

الف) مستندهایی با موضوع آب که از سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شده‌اند.

جدول ۱- لیست فیلم‌های مستند

نام مستند	کارگردان	سال انتشار
جازموریان	ارد زند	۱۳۶۰
شب میراب	محمد تهمانی‌نژاد	۱۳۶۰

نام مستند	کارگردان	سال انتشار
مستند آب و آبیاری سنتی در ایران	محمدرضا مقدسیان	۱۳۶۵
سرود دشت نیمور	محمدرضا مقدسیان	۱۳۶۶
صدای پای آب	احسان آئینه	۱۳۹۴
بیچار سری	نادرشیرخ الاسلامی	۱۳۹۴
زلزله خاموش	عباس ایمانیان	۱۳۹۳
ناخدا سلیمان	سعادتعلی سعیدیپور	۱۳۹۵
روزی روزگاری هامون	محمد احسانی	۱۳۹۵
مستند قصه های آب (کمجان)	رضا خوشدل راد	۱۳۹۶

ب) کارشناسان آب، اساتید رسانه و مستندسازان آب که در این پژوهش با ۱۳ کارشناس مصاحبه صورت گرفته است.

جدول ۲- مشخصات مشارکت کنندگان

مشارکت کننده	تجربه کاری	میزان تحصیلات	شغل	سن
۱	۲۰ سال	دکتری	مشاور مدیر شبکه	۴۵
۲	۳۵ سال	دکتری	مدیر	۶۴
۳	۱۵ سال	دکتری	عضو هیئت علمی دانشگاه و مؤلف	۴۶
۴	۱۸	دکتری	استاد دانشگاه	۴۳
۵	۴۵ سال	دکتری	مشاور رئیس سازمان محیط زیست	۷۰
۶	۲۵ سال	دکتری	مدیر کل دفتر مشارکت های مردمی سازمان محیط زیست	۵۲
۷	۳۰ سال	دکتری	عضو کارشناسان دفتر فنی آب وزارت نیرو عضو کمیته بررسی های اقتصادی، طرح استاندارد مهندسی آب	-
۸	۳۰ سال	دکتری	بازنشسته وزارت نیرو و استاد دانشگاه متخصص در حوزه آب، خاک و هیدرولوژی	-
۹	۱۵	دکتری	مدیر واحد فرهنگ مردم	۴۱
۱۰	۲۰	دکتری	مدیر گروه جهاد	-
۱۱	۲۸	لیسانس	مستندساز	۵۰

سن	شغل	میزان تحصیلات	تجربه کاری	مشارکت کننده
۳۶	مستندساز	کارشناس ارشد	۱۰	۱۲
۵۴	معاون پژوهشی مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی و مستندساز	کارشناسی ارشد	۲۵	۱۳

در تحلیل محتوای مستندها، روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده است جامعه مورد بررسی ما حدوداً شامل ۴۰ مستند است. از این ۴۰ مورد ۱۰ نمونه در دو بازه زمانی دهه ۶۰ و دهه ۹۰ شمسی برای داشتن مبنای برای مقایسه و همچنین شناخت نگاه به آب در این دو دهه انتخاب شده است. حجم نمونه نیز با رسیدن به اشباع نظری متوقف گردیده است. واحد تحلیل، مضمون یا تم^۱ می‌باشد به این صورت که هر گفتار، تصویر و یا فکته‌ای که به آب و مقولات مستخرج ما از مصاحبه ربط داشته است مورد تحلیل قرار گرفته است.

اعتبار و پایایی این پژوهش براساس روش میکوت و مورهاوس (۱۹۹۴) سنجیده شده است، یعنی به جای تأکید بر پایایی و روایی، به قابلیت اعتماد طرح‌های پژوهشی کیفی (مصاحبه) توجه شده است. همچنین در این تحقیق با انتخاب بهترین روش برای جمع‌آوری اطلاعات و مستندها، تماس طولانی با محیط پژوهش و جستجو در حوزه آب و فرهنگ مصرف، مشاهده مستمر، بررسی اطلاعات از زوایای مختلف و افزایش تعداد مستندهای مشاهده شده قابلیت اعتبار تحلیل مستندها را بالا برده‌ایم.

یافته‌های پژوهش

مضمون‌های پرداخته شده در فیلم‌های مستند و مشکلات مطرح شده در مورد آب در فیلم‌های مستند عبارت‌اند:

۱- مستند جازموریان: مضمون‌های که از مصرف آب در این فیلم به نمایش گذاشته شده مربوط به جنبه‌های سخت سبک زندگی روستایی در رابطه با آب است مثلاً این مستند آب آوردن از چشمه را به تصویر کشیده و به نارضایتی زنان روستا و دردسرهای ناشی از این کار پرداخته است و به صورت کلی با دیدی منفی

1. Theme.

نسبت به زندگی روستایی نگریسته است. این مستند ضمن توجه به نمادهای تاریخی به خصوص سازه‌های آبی نظیر قنات‌ها و با تصویرسازی و جهت‌دهی به تصویرهای ذهنی در زمینه اهمیت آب در مناطق کویری و حق حیوانات از آب به تولید و انتقال جنبه‌های اسطوره‌ای فرهنگ و اطلاعات و معنا از طریق استفاده تصاویر و نشانه تلاش کرده تا این نمادها را به عنوان مواردی از فرهنگ مطلوب مصرف آب معرفی نماید. پرداخت به این مقوله نمادسازی نیز کوتاه بوده است یعنی فقط در یک یا چند صحنه کوتاه به این موضوع پرداخته است.

۲- مستند شب میراب: پرداخت این مستند به حوزه آب چند جنبه را شامل می‌شود: ابتدا این فیلم به وجه تاریخی مصرف آب یعنی نمادهای تاریخی در حوزه آب نظیر اهمیت سازه‌های آبی مثل قنات‌ها و پایاب‌ها اشاره کرده است. سپس با ارزش‌گذاری به آداب‌ورسوم که حول محور آب در طول زمان شکل گرفته سعی در بیان ارزش‌های فرهنگی ملی در زمینه توجه به آب و ترویج و تحکیم این ارزش‌ها به عنوان ایستارهای عمیق و پایدار و تاریخی فرهنگ ایرانی مبادرت می‌ورزند.

۳- مستند آب و آبیاری سنتی در ایران: این مستند به مضمون‌های مختلفی از مصرف آب و تاریخ آب اشاره کرده است که عبارت‌اند از: پرداختن به قنات و سازه‌های آبی که یکی از جنبه‌های مهم در فرهنگ مصرف آب است که می‌تواند منبع الهام‌بخشی برای اندیشه‌پردازی و اندیشه ورزی متخصصان و مردمان این سرزمین باشد. مضمون دوم، پرداختن به سبک زندگی تاریخی در مواجهه با آب است که در این مستند در صحنه‌های گوناگون نحوه برخورد ایرانیان با آب به‌خوبی پرداخته شده است. نکته مثبت سوم، در این فیلم پرداختن به حق حیوانات از آب است. مضمون چهارم، این مستند به آموزش درباره آب و فرایندهای علمی آن پرداخته است به عبارتی این مستند با ارزش‌گذاری به رفتارهای محیط زیستی سعی در هنجارسازی این گونه‌رفتارها کرده است. اما نقطه ضعف آن این است مدت زمان پرداخت به برخی از مقولات بسیار کوتاه بوده و به جنبه‌های دیگر آب پرداخته نشده، کیفیت پرداخت به ابعاد بیان شده از مصرف آب هم پایین بوده است.

۴- مستند دشت نیمور: پرداخت این مستند به آب، چند مضمون را شامل می‌شود که عبارت‌اند از: پرداختن به سبک زندگی تاریخی در رابطه با آب که نمونه بارز این پرداخت، نشان دادن همکاری و یاریگری اهالی یک یا چند روستا در کارهای اشتراکی و دسته‌جمعی مثل لایروبی نهرها، که منفعت و سود مشترکی در آن نهفته است. دوم، این مستند به بناها و سازه‌های آبی پرداخته است و مهم‌ترین سازه‌های که در این مستند موردتوجه قرارگرفته، بند و کانال انتقال آب است. نکته سوم، در این مستند پرداختن به آداب‌ورسوم شکل‌گرفته درباره آب است این فیلم با نمایش جشن‌های بعد از لایروبی و مخصوصاً بیل گردانی به قدرت فرهنگ‌سازی که در قدیم وجود داشته است اشاره می‌کند، قدرت که حول محورهای باارزشی مثل آب، آداب‌ورسوم مختلفی را ایجاد می‌کرد تا دائماً اهمیت این مسائل نزد مردم بازگو شود. چهارم، به آداب دینی مصرف آب نیز پرداخته است.

۵- مستند صدای پای آب: این مستند به مضمون مختلفی از فرهنگ مصرف آب اشاره کرده است. اول، این مستند به بناها و سازه‌های آبی پرداخته است مثلاً به بحث معماری و نقش آب در طراحی شهری اشاره دارد. دوم، این مستند به سبک زندگی ایرانیان قدیم در رابطه با آب نیز پرداخته سبک زندگی که می‌توان نمود آن را در ایجاد قوانین تقسیم آب، مشاهده نمود که این امر نشان از اهمیت و مورد احترام بودن آب در این گذشته این منطقه دارد. مورد سوم؛ پرداختن به آب در ادبیات است ادبیات به‌عنوان یکی از شاخص‌های فرهنگ مطلوب مصرف آب جلوه‌گاه طبع و نازک اندیشی و یا رنجوری شهروندان یک شهر در رابطه با آب است. مورد چهارم، این مستند در صحنه‌های مختلف به اصول مصرف توجه کرده است. مضمون پنجم، در کلیت مستند به حق رودخانه‌ها از آب اشاره شده است. در این مستند به مضمون‌های زیادی از مصرف آب پرداخته شده اما کیفیت پرداخت پایین بوده است. مثلاً پرداخت به برخی از مقولات به گونه بوده که خوانش آن برای مخاطب سخت و یا مدت زمان پرداخت به آن کوتاه بوده است. خشک شدن دریاچه‌ها، تالاب‌ها و رودخانه‌ها، تغییرات اقلیمی، شرایط جغرافیایی، افزایش جمعیت، جایگزینی نامناسب صنایع و مدیریت توزیع. مشکلات روانی، مشکلات اقتصادی، مشکلات زیست‌محیطی و ریزگردها.

۶- مستند بیچار سری: در ابتدای این مستند پرداخت خوبی نسبت به سبک زندگی تاریخی در رابطه با آب صورت گرفته و می‌توان نمودهای آن را در رفتار کشاورزان ایران مشاهده کرد از جمله این صورت‌ها می‌توان به فرهنگ یاریگری، محافظت از گل، گیاه و غیره اشاره کرد که در سبک زندگی ایرانی وجود داشته و در این مستند به تصویر کشیده شده است. دوم، پرداختن به حق مخلوقات دیگر در رابطه با آب است در این مستند در چند صحنه به‌طور خاص به حق گیاهان و حشرات و رودخانه از آب اشاره شده و آن‌ها را هم سهامدار در این مایع حیات نشان داده است. سوم، پرداختن به آیین‌ها و رفتارهای دینی در رابطه با آب است در این فیلم در صحنه‌های در اواسط فیلم ما کاملاً با این آیین و رابطه آب و دین برخورد می‌کنیم که نشان از باورهای شکل‌گرفته مردم در رابطه با آب است که سرمنشأ این باورها نیز خود دین و اهمیت آن به آب است اما این مستند توجه ویژه به بحران آب داشته است و موضوع محوری مستند نیز بحران آب می‌باشد.

۷- مستند زلزله خاموش: این مستند به چند مضمون از آب اشاره کرده است. اول، بُعد تاریخی آب، بناها و سازه‌های آبی توجه شده است. این مستند از قنات به‌عنوان یک سازه آبی یاد می‌کند که یک شاهکار مهندسی، هم‌سو و سازگار با طبیعت است. دوم، راهکارهای مصرف درست و بهینه آب در مستند مورد توجه قرار گرفته البته این راهکارها مختص به بخش کشاورزی بوده و به مصرف در بخش خانگی پرداخته نشده است.

۸- مستند ناخدا سلیمان: این مستند به مضمون‌های مختلفی از فرهنگ مصرف آب اشاره کرده است که به ترتیب عبارت‌اند از: پرداختن به سبک زندگی انسان ایرانی و نحوه حمام کردن آن، در کلیت مستند هم به حق دریاچه‌ها و گیاهان از آب اشاره شده است. موضوع اصلی این مستند نیز بحران آب و خشک شدن دریاچه ارومیه می‌باشد.

۹- مستند روزی، روزگاری هامون: پرداخت این مستند به فرهنگ مصرف آب را می‌توان از چند جنبه مورد بررسی قرارداد: اول، این مستند به سبک زندگی تاریخی به‌طور خیلی محدود اشاره کرده است. دوم، مستند به حق حیوانات و دریاچه‌ها از آب تا حدودی پرداخته است. مستند در صحنه‌های مختلف به حق

مخلوقات دیگر اشاره داشته است. سوم، به بازتاب آب در ادبیات پرداخته است و چهارم، آموزش‌های در مورد آب، دریاچه‌ها و شرایط منطقه ارائه می‌دهد اما به جنبه‌های دیگر فرهنگ مصرف آب مثل اصول صحیح مصرف، آداب مصرف آب و غیره توجهی نشده است. کیفیت پرداخت به مقولات ذکر شده هم پایین است.

۱۰- مستند قصه‌های آب (کمجان): این مستند به مضمون‌های مختلفی از مصرف آب پرداخته است که به ترتیب عبارت‌اند از: پرداختن به سبک زندگی تاریخی در رابطه با آب، پرداختن به بناها و سازه‌های آبی، پرداختن به حق حیوانات، پرداختن به حق زمین و دریاچه‌ها، ارائه راهکارهای برای صرفه‌جویی در حوزه مصرف و نهایتاً آموزش؛ البته پرداختن به تنهایی شرط نیست بلکه کیفیت پرداختن نیز در اینجا مهم است و به سبک زندگی تاریخی با کیفیت پرداخته نشده است. در این مستند باز مثل مستندهای دهه نود بحران آب و خشک شدن دریاچه‌ها و رودخانه‌ها محور اصلی قرار گرفته است.

جدول ۳- مقایسه پرداخت مستندهای موردتحلیل به مقولات پژوهش

نام مستند	مسائل پرداخته شده	علل پرداخته شده	پیامدهای پرداخته شده
جازموریان	*	*	*
شب میراب	نابودی و آلودگی منابع آب زیرزمینی	مدرنیسم، توسعه و مدیریت	امنیت، مشکلات اقتصادی
آب و آبیاری سنتی در ایران	*	*	*
سرود دشت نیمور	*	*	*
صدای پای آب	خشک شدن دریاچه‌ها، تالاب‌ها و رودخانه‌ها	تغییرات اقلیمی، شرایط جغرافیایی، افزایش جمعیت، جایگزینی نامناسب صنایع و مدیریت توزیع	مشکلات روانی، مشکلات اقتصادی، مشکلات زیست‌محیطی و ریزگردها
ریجار سری	خشک شدن رودخانه‌ها، دریاچه‌ها، تالاب‌ها و آلودگی آب	مدیریت و توزیع نامناسب آب	مشکلات امنیتی، مشکلات روانی، مشکلات اقتصادی
نابودی منابع آب زیرزمینی	نابودی منابع آب زیرزمینی	تغییرات اقلیمی، مدرنیسم و توسعه، حرص و طمع، افزایش جمعیت، تکنولوژی و جایگزینی نامناسب صنایع	مشکلات زیست محیطی، مهاجرت‌های زیستی و نشست زمین

نام مستند	مسائل پرداخته شده	علل پرداخته شده	پیامدهای پرداخته شده
ناخدا سلیمان	خشک شدن دریاچه ها، تالابها، رودخانه ها و آلودگی آبها	*	مشکلات اقتصادی، مهاجرت زیستی، مشکلات روانی و ریزگردها
روزی روزگاری هامون	خشک شدن رودخانه ها، دریاچه ها و تالابها و آلودگی	تغییرات اقلیمی، مدرنیسم و توسعه، سد سازی، هدر رفت آب، مدیریت و توزیع	مهاجرت های زیستی، مشکلات اقتصادی، ریزگردها
قصه های آب (کمجان)	خشک شدن رودخانه ها، دریاچه ها و تالابها	تغییرات اقلیمی، سد سازی و مدیریت	ناعدالتی اجتماعی، مشکلات اقتصادی، مهاجرت های زیستی، مشکلات زیست محیطی

با توجه به تحلیل فیلم های مستند و توجه به چگونگی پرداخت به موضوع آب و بحران آن در دو دهه ۶۰ و ۹۰ می توان به یافته های زیر اشاره کرد:

عدم پرداخت و توجه به بحران آب در مستندهای که در دهه ۶۰ ساخته شده اند: مستندهای دهه ۶۰ که به موضوع آب پرداخته اند همه تحت تأثیر جو روانی و موضوع برنامه سازی آن دوره، یعنی توجه به آداب و رسوم و پیشینه تاریخی آب و بناهای مرتبط با آن بوده است. توجه به مسائل و مشکلات آب در این دوره در مستندهای تلویزیونی نمود بسیار کمی داشته است.

مدیریت آن دوره در راستای تشویق و معرفی فعالیت های توسعه ای بوده اند این مسئله باعث شده که رسانه ها و به خصوص رسانه ملی یکی از مروجین و مشوقین توسعه اراضی آبی و بهره برداری از آب های زیر زمینی باشد به صورتی که ما در مستند اول شاهد بودیم مهم ترین مسئله و مشکل مردم را عدم توسعه و عقب ماندگی روستا و کشاورزی بیان می کند و راهکار جبران این عقب افتادگی و عدم توسعه را حفر چاه و استفاده از منابع زیرزمینی آب معرفی می کند.

عدم پیش بینی به وجود آمدن بحران آب در آینده و محلی جلوه دادن حوادث حوزه آب. محدود کردن بحران آب و تحدید آن به منطقه ای خاص موجب کم اهمیت جلوه کردن موضوع می شود.

پرداخت به موضوعات تکراری در دهه ۶۰ و خارج کردن موضوعات دیگر از اولویت پرداخت مثل عدم مدیریت صحیح یا معرفی شیوه های نوین بهره برداری از منابع آب. این مسئله یکی از مهم ترین نقطه ضعف های این دهه است، اکثر

این مستندها به قنات و شیوه‌های قدیمی بهره‌برداری از آب پرداخته‌اند البته این مسئله مثبت است و ایران در گذشته دارای پیشرفته‌ترین سیستم آبیاری بوده است ولی تنها پرداخت به این موضوع و خارج کردن موضوعاتی دیگر مثل آسیب‌های استفاده از منابع آبی در دهه ۶۰ و یا عدم توجه به شیوه‌های نوین استفاده از آب، مهم‌ترین ایرادهای است که به این مستندها وارد است.

جدول ۴- تحلیل مقایسه‌ای

مستندهای دهه ۹۰	مستندهای دهه ۶۰
- پرداخت بیشتر به موضوع بحران آب - سبک گزارشی، تحقیقی و اجتماعی - از جذابیت چندان برخوردار نیستند. - القای ترس شدید و برجسته کردن بحران آب - تصاویر و گفتارهای شبیه به هم و تکراری - توجه بیشتر به موضوع تا مباحث هنری - تبلیغاتی بودن	- پرداخت بیشتر به فرهنگ مصرف آب به خصوص از بعد تاریخی - سبک توصیفی، توضیحی و قوم‌نگارانه - دارای جذابیت بیشتری هستند. - عدم توجه به بحران آب - پرداخت هنری به موضوعات مرتبط با آب - پرداخت به سوزهای تکراری

شاخصه‌های مطلوب فیلم مستند از نظر کارشناسان برای ارتقاء فرهنگ مصرف، توجه به ویژگی‌های رسانه‌ای فیلم مستند است. فیلم مستند با توجه به جریان داشتن در «عالم واقع»، هدف قرار دادن «عینیت» به جای ذهنیت یا تخیل می‌تواند سه کارکرد رسانه‌ای آموزش، نظارت و اطلاع‌رسانی و بسیج‌کننده بودن را به خوبی در حوزه محیط‌زیست به کار ببندد:

۱. آموزش

اولین و اصلی‌ترین راهکار در این حوزه، ساخت مستندهای آموزشی برای سه گروه از مخاطبان که بیشترین مصرف یا تعامل را با آب دارند:

الف) کودکان: به علت قابلیت‌های بالای فیلم مستند مانند سادگی، عدم پرداخت پیچیده، نداشتن روایت و غیره که از ملزومات یک فیلم مناسب برای کودکان است و البته تأثیرگذاری بیشتر در موضوعاتی خاص، نسبت به دیگر

قالب‌ها، برای سرگرمی و آموزش کودکان ساختار بسیار مناسبی به نظر می‌رسد. البته کاملاً مانند دیگر قالب‌ها، مستند نیازمند به‌کارگیری تمهیداتی برای جلب و حفظ توجه کودکان است و در انواع آموزشی آن، این نیاز بیشتر است. بنابراین در تولید آثار مستند آموزشی علاوه بر آموزش کودکان باید جنبه‌های سرگرمی و موارد مورد علاقه کودکان نیز لحاظ شود.

ب) آموزش خانواده‌ها

خانواده یکی از گروه‌های اصلی مخاطبان است که فیلم مستند باید این گروه را هدف قرار دهد. خانواده به دو دلیل یک گروه اصلی و مهم در حوزه آب محسوب می‌شوند:

۱) خانواده محل تربیت و پرورش کودکان است: خانواده به دلیل این‌که اولین و ابتدایی‌ترین گروه است که به جامعه‌پذیری کودکان کمک می‌کند. خانواده آگاه و مطلع از آگاهی‌های زیست‌محیطی و آبی باعث رشد و پرورش کودکان سازگار با محیط و شرایط کم‌آبی حاکم بر کشور می‌شود.

۲) خانواده جزء درگیرترین گروه‌ها با مصرف آب است: خانواده با توجه افرادی که در آن حضور دارند مخصوصاً زنان خانه‌دار، جزء افراد و گروه‌های هستند درگیری بیشتر و مصرف بیشتری از آب دارند.

ج) آموزش به کشاورزان

کشاورزان به‌عنوان درگیرترین افراد با مسئله آب باید آموزشی خاص ببینند با توجه به این‌که قشر بزرگی از کشاورزان از سواد کم برخوردار هستند باید با استفاده از فیلم‌های مستند و زبانی ساده و در حد توان کشاورزان، اصول مصرف آب برای آن توضیح داده شود. رسانه باید این وظیفه مهم را بر عهده بگیرد با تولید مستندهای فاخر و دارای سناریو در جهت تقویت آگاهی‌های این افراد تلاش بیشتری کند. مناسب‌ترین قالب برای این کار تولید مستندهای آموزش می‌باشد.

۲. نظارت و اطلاع‌رسانی

مستندهای گزارشی یا تحقیقی یکی از بهترین گونه‌های مستند هستند که می‌توان در حوزه محیط‌زیست و بحران محیطی از آن‌ها استفاده کرد. مستند

به عنوان یک قالب رسانه‌ای در چند بعد می‌تواند اقدام کند: اول، اینکه به فرهنگ‌سازی توجه کند. دوم، این‌که از لحاظ اجتماعی (مردم) را آگاه کند و سوم، از لحاظ سیاسی کسانی را که مسئولیت سیاسی دارند، مورد رصد قرار دهد. این امر تنها با توجه مستندهای حقیقت یاب امکان پذیر است.

بحث دوم در حوزه اطلاع‌رسانی که فیلم مستند به صورت خاص می‌تواند در این زمینه فعال باشد عرصه‌ای است که یکی دیگر از کارشناسان به آن اشاره می‌کند و می‌گوید: «اساساً ما وقتی در این کشور به مردم‌سالاری دینی معتقد هستیم، این نظام باید دو ویژگی داشته باشد: اول اینکه شفافیت داشته باشد و دوم اینکه پاسخگویی داشته باشد. این شفافیت و پاسخ‌گویی را باید رسانه‌ها بطلبند. رسانه باید رابط بین مردم و حاکمیت باشد». از سوی دیگر با توجه به کارکردها و کاربردهای فیلم مستند از جمله برای توجه کردن و دقیق شدن در سازمان زندگی بشر به منظور ارتقای ارزش‌های آن می‌توان نتیجه گرفت که فیلم مستند قالب برنامه‌سازی مناسبی برای آموزش و تبلیغ در جهت ایجاد تغییر در بحران‌های زیستی محسوب می‌شود. موجودیت فیلم مستند زمانی اهمیت بسیار محسوس‌تری می‌یابد که انسان در شناخت خود و محیط پیرامونش، با مسئله (سؤال)، مشکل و یا ابهام روبه‌روست. بی‌دلیل نیست که فیلم‌های مستند اغلب توضیح‌دهنده «چگونگی و چرایی» پدیده‌ها هستند پس می‌توان گفت مناسب‌ترین قالب رسانه‌ای برای پرداختن به مسائل زیست‌محیطی فیلم مستند است.

۳- بسیج‌کننده

یکی از شاخصه‌های که مصاحبه شونده‌ها تأکید فراوانی بر آن داشته‌اند بسیج‌کننده بودن مستندها است. یکی از مصاحبه شوندگان در این باره بیان داشت که «با توجه به این‌که یکی از کارکردهای رسانه‌ها بسیج‌کننده بودن آنهاست، فیلم مستند هم به عنوان یک قالب رسانه‌ای باید بتواند این وظیفه را به خوبی اجرا کند. یعنی فیلم مستندی که درباره بحران آب یا هر بحران زیست محیطی دیگری که ساخته می‌شود باید بتواند مردم جامعه را برای مقابله با بحران و در جهت حفظ منابع طبیعی مثل آب بسیج کنند». با توجه به این گفتار

و گفتارهای مشابهی که دیگر مصاحبه شونده‌گان بر آن تاکید داشتند موضوع بسیج کردن مردم یک جامعه برای سازگاری یا کمک به مصرف کمتر از جمله ویژگی‌های است که یک فیلم مستند باید به آن بپردازد.

با مدنظر قرار دادن متن مستندهای تحلیل شده و گفتارهای مصاحبه شونده‌گان، سه شرط مهم دیگر برای این‌که یک فیلم مستند تأثیرگذار باشد، عبارت‌است از:

الف- از بین بردن فاصله بین مصرف ناهنجار تا بحران: یکی از رویکردهای مهمی که فیلم‌های مستند به‌صورت خاص و رسانه به‌صورت کلی می‌تواند از آن برای تأثیرگذاری بر مخاطب استفاده کند از بین بردن فاصله بین مصرف زیاد تا رخ دادن بحران است. فیلم مستند می‌تواند با از بین بردن این فاصله تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد. صداوسیما به عنوان رسانه باید مردم را به عوارض زیان‌بار مصرف بیش‌ازحد آب نزدیک کند. در جهت فرهنگ‌سازی، صداوسیما باید از کمک فضای مجازی برای توزیع محتوا استفاده کند تا محتوا، به گونه‌ای در فضای رسانه‌ای بچرخد که یک جریان سازی فکری ایجاد شود.

ب- تنوع: با بررسی مستندهای دهه نود یکی از آسیب‌های که در این مستندها به چشم می‌خورد این است که گفتارها و تصاویر بحران آب، مخصوصاً در مستندهای گزارشی شبیه به هم هستند این شباهت در پرداخت باعث می‌شود مخاطبان با دیدن یک مستند، بتوانند محتوای مستندهای دیگر را پیش‌بینی کرده و در همان ابتدا از دیدن آن صرف‌نظر کنند. از سوی دیگر این موضوع یکی از نکات موردتأکید کارشناسان بود است. چنان‌که یکی از مصاحبه شونده‌گان در این باره می‌گوید: «مستندها به‌مراتب از هزاران سخنرانی و کتاب مؤثرترند. به شرطی که از ابزار هنر به‌خوبی و استادانه استفاده کرده باشند و از پرداخت تکراری به موضوع خوداری کرده و در ساخت از ایده‌های نو بهره ببرند». درنتیجه تنوع در ایده، گفتار، تصاویر، نوشتار، نحوه پرداخت و فن‌های هنری به‌کار گرفته شده از الزامات است.

ج- آشکارکننده: یکی دیگر از ویژگی‌های مطلوب از نظر کارشناسان برای موفقیت مستندهای که به بحران آب می‌پردازند آشکارکننده بودن است. بدین معنی که با نظارت و پایش مداوم بحران اجتماعی و زیست محیطی و به بیان علت‌ها و عاملان به‌وجود آورنده این بحران‌ها بپردازند. آشکارکننده یا افشاگرانه بودن ناظر

بر جنبه نظارت مداوم رسانه به عنوان نگهبان جامعه است. فیلم مستند باید علل به وجود آمدن بحران زیست محیطی به خصوص بحران آب را بررسی و به مخاطبان خود اعلام نماید. از سوی با توجه به دخیل بودن دولت‌ها در بحران آب و تسلط همین دولت‌ها بر رسانه‌ها سبب مغفول ماندن پرداخت به عاملان اصلی بحران آب و منابع آبی در محتواهای که در رسانه‌های وابسته به دولت تولید می‌شوند شده است.

نتیجه‌گیری

فیلم مستند به عنوان یک قالب برنامه‌سازی، در ابتدا می‌تواند با مفهوم‌سازی و ارائه اندیشه‌هایی جذاب، کارآمد و مجاب‌کننده به تبیین عقاید و دیدگاه‌های زیست‌محیطی و آگاهی‌بخشی به مردم در زمینه بحران آب بپردازد، به ایده‌های سازگار با محیط‌زیست مشروعیت بخشد، به تقویت دانش پیش‌بینی و آینده‌نگری از طریق سناریوپردازی بر مبنای عقلانیت‌گرایی و خردورزی اهتمام ورزد، مردم و مسئولین یک جامعه را در رابطه با بحران پیش‌رو بیدار کند و موجب شود که آگاهی مردم نسبت به عوارض مصرف نادرست افزایش یابد. فیلم مستند باید با بازتاب ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی درست در حوزه مصرف آب به ترویج و تحکیم این ارزش‌ها به عنوان ارزش‌های که می‌تواند ضامن بقاء و پایداری انسان و محیط‌زیست باشد، کمک کند، اقدام به انعکاس جهت‌گیری‌های مثبت فرهنگی در این حوزه بنماید و به عنوان عاملی هنجارساز می‌تواند الگوهای مثبت رفتاری برآمده از ارزش‌ها، نقش‌ها و نهادهای اجتماعی و فرهنگی مرتبط با محیط‌زیست را تثبیت و واردکنندگان خدشه به ارزش‌های زیست‌محیطی را مجازات نماید.

فیلم مستند باید با نمادسازی و تبلیغ نمادهای موجود در حوزه آب که در حوزه فرهنگی ایران زمین بسیار یافت می‌شود و همچنین با جهت دهی ایماژهای ذهنی، بتواند به تولید و انتقال جنبه‌های ارزشمند فرهنگ صحیح مصرف کمک نماید. با تقویت جنبه آیینی و رفتارهای اجتماعی با ارزش در مورد مصرف آب، گام عمده‌ای در روند فرهنگ‌سازی بردارد مثلاً با برپا ساختن نمودن سنت‌ها، آداب، آیین‌ها و جشن‌های که حول محور آب شکل گرفته‌اند موجب تقویت انسجام اجتماعی و ارتقای حس مسئولیت‌پذیری نسبت به آب در جامعه شود. در واقع

فیلم مستند می‌تواند کمک کند که این آیین‌ها و آداب مصرف صحیح آب در بین افراد جامعه نهادینه شود. با توجه به تأثیر فناوری‌ها، ابداعات، ابتکارها، نوآوری‌ها و مهارت‌ها فیلم‌های مستند قابلیت آن را دارند که به الگوسازی و نوآوری رفتاری در این فضای جدید بپردازند.

در نهایت فیلم‌های مستندی که در حوزه محیط‌زیست ساخته می‌شوند برای این‌که مؤثر واقع گردند باید در چهارچوب الگوواره زیر یا یکی از مراحل آن ساخته شود:

مرحله اول: مستند در مرحله اول باید آگاهی‌بخش باشد یا به عبارت دیگر باید در رابطه با مسائل و بحران زیست‌محیطی پیشگیرانه عمل کند. یعنی این‌که مستند در این بخش باید بتواند با تجزیه و تحلیل اطلاعات، بحران‌های پیش‌رو در محیط‌زیست را با توجه به شرایط واقعی پیش‌بینی نماید و بتواند افکار عمومی را نسبت به بحرانی که هنوز رخ نداده آگاه کند. در این مرحله مهم‌ترین مسئله توانایی پیش‌بینی است. مخاطبان این فیلم می‌توانند قشر نخبه و تحصیل‌کرده جامعه باشند، اطلاعاتی هم که در این مرحله ارائه می‌شود باید تخصصی و به روزتر باشد. متأسفانه مستندهای که قبل از رخ دادن بحران آب تولید شده‌اند پیش‌بینی نسبت به تغییرات آب‌وهوایی، تغییر مدل‌های بارش و در ادامه بحران آب و خشکسالی نداشته و مشکلات پوشش داده شده حوزه آب در این مستندها هم مسئله را به معضلات محلی و منطقه‌ای تقلیل داده‌اند.

مرحله دوم: فیلم مستند باید علاوه بر آگاهی‌بخشی، حالتی از اضطراب را نیز القاء نماید، بدین معنی که کارگردان با توجه شرایط و فیلم‌های قبلی به این نتیجه می‌رسد که نیاز است فیلم ترس بیشتری را به مخاطبان خود القاء کند و در کنار آن ایده‌آل‌های منطقی و قابل‌دستیابی را برای افکار مردم ترسیم نماید. به گونه‌ای که مخاطبان در بیم و امید دائم نسبت به موضوع بحران قرار گیرد. همچنین در صورت ادامه‌دار بودن و عمیق‌تر شدن بحران، فیلم مستند باید هشدارگونه ساخته شود و عموم مردم درگیر در یک بحران، را مورد خطاب قرار دهد، اطلاعاتی که ارائه می‌شود باید آموزشی و مقابله‌ای باشند تا بتواند افکار و توجه‌های بیشتری را معطوف به بحران کند. آموزش‌ها اصولی‌تر و با دربرگیری بیشتری ارائه

شوند. البته در این گونه فیلم‌ها باید از القای بیش‌ازحد ترس و بحران جلوگیری شود تا دچار کژکارکردهای نظیر انفعال مخاطب یا اطلاعات غلط نشویم.

مرحله سوم: در این مرحله فیلم مستند باید علاوه بر آگاهی بخشی، بسیج کننده و افشاگرانه نیز باشد. این گونه مستندها باید زمانی تولید شوند که بحران اتفاق افتاده و در حال تشدید شدن است پس می‌توان گفت گونه فیلم مستند در این مرحله باید مستند تحقیقی باشد بتواند با افشا و معرفی کوتاهی‌های صورت گرفته انسانی و مدیریتی، عموم مردم را در جهت اقدامات عملی بسیج کند. باید بتواند در سریع‌ترین زمان ممکن تمام امکانات و ذهن‌ها و ایده‌ها را متوجه بحران و مقابله با آن کند تا بحران به عنوان یک گفتمان در بین عموم مردم جریان و حل آن به عنوان یک هدف توسعه یابد.

شکل ۱- الگوواره مطلوب ساخت فیلم مستند

ترسیم الگوواره فوق‌نه‌تنها برای ساخت فیلم‌های مستند بلکه برای هر کنش و اقدام رسانه‌ای می‌تواند مفید واقع شود این الگوواره عملاً یک مدل خطی نیست بلکه هم‌زمان می‌توان در چهارچوب‌های مختلف آن برنامه برای مخاطبین مورد هدف تهیه نمود. در نهایت تولید فیلم مستند در مورد بحران‌های زیست محیطی به دلیل ماهیت فیلم مستند که برگرفته از واقعیت‌های ملموس است یک نیاز در جهت برجسته کردن اهمیت موضوع و یکی از مناسب‌ترین قالب‌ها برنامه‌سازی برای پرداخت به این گونه از بحران‌ها در جهت آگاه کردن مردم است.

فهرست منابع

- اندیشکده آب و محیط زیست (۱۴۰۴). معرفی (<https://spri.sharif.ir/centers>).
- بورن، اد (۱۳۷۹). بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه، (مترجم: مهرسیما فلسفی)، تهران: سروش.

دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۱). «نقش رسانه‌ها در عرصه سیاست خارجی در عصر جهانی شدن، جهانی شدن رسانه‌ها»، مجموعه مقالات ارائه شده در سمینار رسانه‌ای ایران و آلمان (۱۳۸۰)، تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.

دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸). «رسانه و فرهنگ‌سازی»، تحقیقات فرهنگی ایران، (۸)، ۱۷۹-۲۰۸.

رشیدی، احتشام؛ نوری، مهدی؛ و نکوئی، محمدعلی (۱۳۹۳). «شناسایی کارکردهای رسانه جمعی در مدیریت بحران بلایای طبیعی براساس فرایند تحلیل شبکه‌ای»، مدیریت بحران، ۲(۶).

سورین، ورنر؛ و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، (مترجم: علی‌رضا دهقان)، تهران: دانشگاه تهران.

ضابطی جهرمی، احمد (۱۳۸۷). سی سال سینما: گزیده مقالات سینمایی (۱۳۵۵ - ۱۳۸۵)، تهران: نشر نی.

ضابطی جهرمی، احمد (۱۳۹۳). شکل و گونه‌شناسی فیلم مستند، تهران: نشر رونق.

علیخانی، زهره؛ و غلامی، فرزاد (۱۴۰۰). «فیلم مستند و عدالت زیست‌محیطی: تحلیل مستندهای مرتبط با بحران آب در ایران»، پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران، ۱۱(۱)، ۱۵۰-۱۲۱.

غلامی، فرزاد (۱۴۰۱). «سینمای زیست‌محیطی و مسئله آب در ایران: چهارچوب‌بندی پیام‌های زیست‌محیطی در مستند مادرکشی»، فصلنامه مطالعات هنر، ۱(۱)، ۸۷-۱۱۲.

کاووسی، اسماعیل؛ و حیدری روچی، مینو (۱۳۹۱). «بررسی نقش رسانه ملی در کنترل بحران آب تهران در سال ۱۳۸۰»، مطالعات رسانه، ۷ (۱۷).

گرانمایه‌پور، علی؛ و بیگدلی‌نژاد، مجید (۱۳۹۱). «بررسی نقش آموزش رسانه ملی در اصلاح الگوی مصرف آب در بین شهروندان تهرانی»، *فرهنگ ارتباطات*، ۳(۹)، ۱۹۵-۲۲۰.

مران بارسام، ریچارد (۱۳۶۲). *سینمای مستند*، (مترجم: مرتضی پاریزی)، تهران: فیلم‌خانه ملی ایران.

نفیسی، حمید (۱۳۷۵). *فیلم مستند*، تهران: دانشگاه آزاد ایران.

ویلیامز، کوین (۱۳۹۰). *درک تئوری رسانه*، (مترجم: رحیم قاسمیان)، تهران: ساقی.

هوور، استورات ام؛ و بای، نات لاند (۱۳۸۲). *بازاندیشی درباره رسانه*، دین و فرهنگ، (مترجم: مسعود آریایی‌نیا)، تهران: سروش.

Bourdieu, P. (1990). *In other Words: Essays Toward a Reflexive Sociology* Cambridge. UK: Polity Press.

Carlsson, U.; Tayie, samy; Jacquinet-Delaunay, Genevieve & Tornero, Jose Manuel Perez (Eds.) (2008). *Empowerment through Education: An Intercultural Dialogue*. Sweden: Goteborg University.

Copley, T. (1994). *Religious Education: Developing Primary Teaching Skills*. London: Routledge.

Kress, G. (ed), (1988). *Communication and Culture*, Kensington: University of New South Wales Press.

Lull, J, (2000). *Media, communication, culture: A Global Approach (P ed)*. Cambridge, UK: Polity Press.

Mirzavand, Mohammad And Bagheri Rahim (2020) *The water crisis in Iran: Development or destruction?, World Water Policy* (<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/wwp2.12023>)

Tylor, E. (1871) *Primitive Culture: Researches into the Development of mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. New York: Gordon Press.

United Nations(2025). *Water – at the center of the climate crisis*. (<https://www.un.org/en/climatechange/science/climate-issues/water>).

الگوواره مطلوب فیلم مستند در زمینه مصرف آب