

تبیین سیاست‌های رسانه‌ای ایران در قبال مسائل زیست‌محیطی از منظر صاحب‌نظران

● سیدوحید عقیلی^۱، ندا شفیعی^۲

چکیده

هدف مقاله پیش‌رو تحلیل و واکاوی سیاست‌های رسانه‌ای در قبال مسائل و معضلات زیست‌محیطی است و اینکه مدل مناسب رسانه‌ای پرداخت به مسائل زیست‌محیطی کدام است و چه ویژگی‌ها و اقتضائاتی دارد؟ چارچوب مفهومی این پژوهش نظریه ارتباطات محیط‌زیست با تأکید بر فرآیند کارکردگرای، برجسته‌سازی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای است. برای دست‌یافتن به الگوی رسانه‌ای، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، ۲۲ تن از استادان ارتباطات و جامعه‌شناسی و افراد دارای تجربه کاری در حوزه رسانه و محیط‌زیست مورد مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته قرار گرفتند. سپس، با کدگذاری، داده‌ها مورد تعبیر و تفسیر قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد رسانه و کارگزار، سه کارکرد خدمتی اصلی برای ترویج توسعه پایدار دارند. اولین کارکرد رسانه که در این پژوهش شناسایی شد، عبارت از فراهم‌سازی عوامل میانجی شکوفایی توسعه پایدار است. عوامل میانجی که مقولاتی همچون درگیرکردن مردم، بهادادن به سازمان‌های مردم‌نهاد و پای کار آوردن دانشگاهیان را دربرمی‌گیرد. دومین کارکرد رسانه، به‌کارگیری راهبرد پنج‌گانه انتشار رسانه تخصصی حوزه محیط‌زیست، استخدام و به‌کارگیری خبرنگار تخصصی حوزه محیط‌زیست، انتشار و برجسته‌سازی مسائل زیست‌محیطی، اطلاع‌رسانی مسائل زیست‌محیطی و پاسخگو کردن مسئولان برای ترویج اخبار توسعه پایدار است. سرانجام سومین کارکرد خدمتی، تدوین سیاست‌گذاری کلان زیست‌محیطی، نگاه غیراقتصادی و آینده‌نگرانه به محیط‌زیست، پرهیز از سیاست‌زدگی در حوزه محیط‌زیست و به‌کارگیری مسئولان متعهد و متخصص حوزه محیط‌زیست است. به‌عبارت‌دیگر، از دریچه این کارکردهای خدمتی است که در ساختار رسانه و کارگزار حاکمیتی، توسعه پایدار محقق خواهد شد.

واژگان کلیدی

محیط‌زیست، توسعه پایدار، نظریه مفهوم‌سازی بنیادی، سیاست‌های رسانه.

مقدمه

در جهان امروز، آلودگی محیط‌زیست به یکی از مسائل مهم و نگران‌کننده تبدیل شده است. این حقیقت مسلم است که دنیا با مشکلی به نام آلودگی محیط‌زیست روبه‌رو شده است و زندگی ساکنان کره زمین از این بابت تهدید می‌شود؛ به‌گونه‌ای که در همه کشورهای حفاظت از محیط‌زیست مورد توجه جدی دولتمردان قرار گرفته است. بشر امروزی در اثر برهم‌زدن توازن زندگی، فاصله‌گرفتن از طبیعت و ارزش‌های انسانی، بی‌توجهی به شاخص‌های زیست‌محیطی و بومی، رفتار سلطه‌جویانه و استفاده ابرازی از طبیعت، دچار بحرانی عظیم شده است و خود را در مواجهه با آینده‌ای مبهم و خطرناک قرار داده است.

اصل پنجاهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به‌صراحت حفاظت از محیط‌زیست را وظیفه‌ای عمومی تعریف کرده است؛ اما به‌رغم این تصریح قانونی وضعیت محیط‌زیست در ایران نگران‌کننده است. به‌گونه‌ای که رتبه ایران در گزارش «شاخص عملکرد محیط‌زیست EPI» در سال ۲۰۰۶، از میان ۱۳۳ کشور جهان با عدد شاخص ۷۰ در مقام ۵۳ قرار گرفته است؛ در ارزیابی بعدی در سال ۲۰۰۸، رتبه عملکرد محیط‌زیست ایران با ۱۵ پله نزول به ۶۸ می‌رسد؛ در رده‌بندی سال ۲۰۱۰ نیز محیط‌زیست ایران با ۱۰ پله نزول مجدد و امتیاز اندک ۶۰ به رتبه ۷۸ تنزل و در سال ۲۰۱۲ به رتبه ۱۱۴ سقوط کرده است. در این سال‌ها رتبه ایران ۶۱ پله سقوط کرده است (ستوده و سنگاچین، ۱۳۸۹: ۵۱-۷۲). پس از آن، در سال ۲۰۱۴ با نمره ۵۱/۰۸ موفق به کسب رتبه ۸۳ بین ۱۷۸ کشور شده بود؛ اما در گزارش ۲۰۱۶ از لحاظ عملکرد زیست‌محیطی با نمره ۶۶/۳۲ به رتبه ۱۰۵ از مجموع ۱۸۰ کشور نزول کرده و در رده کشورهای با عملکرد ضعیف در محیط‌زیست قرار گرفته است. جمهوری اسلامی ایران در رده‌بندی EPI 2020، با کسب رتبه ۶۷ و امتیاز ۴۸، در مقایسه با سال ۲۰۱۸ (رتبه ۸۰) از وضعیت بهتری برخوردار شده که مقدار شاخص EPI از صفر تا ۱۰۰ تعیین شده و امتیاز ۱۰۰ بهترین و صفر بدترین وضعیت محیط‌زیست است (پایگاه اینترنتی شاخص عملکرد محیط‌زیست). بررسی شاخص عملکرد محیط‌زیست در ۱۵ سال گذشته، بیانگر نوسانات متعدد ایران در این زمینه است.

انتشار این آمار رسمی سینوسی نشان می‌دهد بازیگران عرصه محیط‌زیست ایران اعم از توده‌های مردم، جامعه دانشگاهی، بنگاه‌های اقتصادی و در رأس همه دولت، در زمینه حفاظت از محیط‌زیست و جلوگیری از گسترش تخریب و آلودگی آن ناموفق بوده‌اند. با اندکی کاوش می‌توان دریافت یکی از مهم‌ترین مشکلات و موانع موجود در عرصه حفاظت از محیط‌زیست در ایران، نبود آگاهی و اطلاعات کافی در تمام لایه‌های جامعه است (دبیر سپهری، ۱۳۸۴). در سال‌های آخر دهه ۱۹۶۰م. دانشمندان علوم طبیعی درباره آینده کره زمین هشدار دادند و

در پی آن، جنبش‌هایی برای واکنش به تخریب محیط‌زیست و آلودگی‌های ناشی از فعالیت‌های بشری در سراسر جهان شکل گرفت. فشار رسانه‌ها، تحریک افکار عمومی و شکل‌گیری سازمان‌های مردم‌نهاد مزید بر علت شد تا برای جلوگیری از تخریب روبه‌افزایش کره زمین قوانین زیست‌محیطی وضع شود و به کار بسته شود. با وجود این، تخریب محیط‌زیست امروزه با سرعتی باورنکردنی در حال رخ‌دادن است و در این بین، سیاست‌گذاری رسانه‌ای با رویکرد اطلاع‌رسانی شفاف و تبیین حقایق جامعه از اهمیتی ویژه برخوردار است. رسانه‌ها از عوامل مهم شکل‌گیری افکار عمومی، اطلاع‌رسانی و ارتقای سطح آگاهی جامعه و ... به شمار می‌روند و با گسترش شبکه ارتباطات جهانی و شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای، جایگاه و اهمیت خود را در کشورهای توسعه‌یافته حفظ کرده و بر آن افزوده‌اند. «مطالعات و تحقیقات علمی برای آینده‌نگری ارتباطی و اطلاعاتی به‌منظور شناخت نقش توسعه‌ای وسایل و فناوری ارتباطات و اطلاعات و کمک به سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و تحقق هدف‌های توسعه ملی در دهه‌های اخیر در کشورهای پیشرفته جهان و بسیاری از کشورهای در حال توسعه، اهمیت و ضرورت ویژه‌ای پیدا کرده است» (معلم‌نژاد، ۱۳۸۲: ۷).

توجه به مسائل زیست‌محیطی به‌عنوان بستر رشد و بالندگی بشر در ادبیات توسعه، به‌ویژه توسعه پایدار پررنگ است؛ از این رو، رسیدن به توسعه پایدار در سایه توسعه فرهنگ عمومی امکان‌پذیر است. با همکاری رسانه‌ها شاهد ارتقای سطح فرهنگ عمومی مردم خواهیم بود و برای رسیدن به آینده‌ای بهتر، توجه به سیاست‌های رسانه‌ای از اهمیتی چشمگیر برخوردار است.

با مرور بر وضعیت محیط‌زیست می‌توان دریافت ناآگاهی یا بی‌توجهی انسان‌ها به محیط، به دلیل کمبود آموزش‌های علمی و نگاه کارشناسانه، داشتن نگرش‌ها و رفتارهای نادرست به محیط‌زیست، عدم احساس مسئولیت در قبال محیط‌زیست و به‌طور کلی نداشتن دانش و سواد زیست‌محیطی، از علل مهم و تأثیرگذار در گسترش آلودگی‌ها و تخریب محیط‌زیست بوده است (معلم‌نژاد و حیدری، ۱۳۸۵).

در حال حاضر به‌دلیل بروز بحران‌های زیست‌محیطی در قسمت‌های مختلف کشور ایران، توجه بیش‌ازپیش به مقوله توسعه پایدار به‌ویژه مهم‌ترین شاخص آن، یعنی محیط‌زیست، یکی از موضوع‌های مهمی است که باید افکار عمومی به آن توجه کند؛ بدیهی است یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر توسعه پایدار و محیط‌زیست، نقش سیاست‌گذاری رسانه است که کمتر به آن توجه شده است. تحقیقات جامعی در مورد سیاست‌گذاری رسانه‌ها در کمک به بهبود شرایط محیط‌زیست نیز صورت نگرفته است؛ به عبارت دیگر، گسترش بحران‌های زیست‌محیطی از یک سو و عدم اطلاع‌رسانی کافی

و آگاهی بخشی به افکار عمومی در مورد اهمیت حفظ محیط زیست، توجه نویسندگان این مقاله را به جای خالی سیاست گذاری صحیح در حوزه های خبری محیط زیست که یکی از حوزه های روزنامه نگاری علمی و تخصصی است، جلب کرده است.

در این میان، رسانه ها نقش بسیار مهمی در آگاه سازی، جامعه پذیری و درونی کردن منابع تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی، به خصوص مشارکت ایفا می کنند که همین کارکرد رسانه ای می تواند تأثیر بسیار مهمی بر توسعه پایدار ملی داشته باشد و توجه به این رسالت مهم برای دولت مردان، برنامه ریزان و عاملان رسانه های جمعی ضرورتی انکارناپذیر است و لزوم توجه به سیاست گذاری رسانه ای را دوجندان می کند. از این رو، انتخاب موضوع «واکاوی و آینده پژوهی سیاست های رسانه ای در قبال مسائل زیست محیطی» و اینکه تا چه میزان سیاست گذاری های رسانه ای در انتشار اخبار محیط زیست تأثیر گذار بوده اند، مبنای اساس این مقاله است.

پیشینه پژوهش

در این بخش به منظور آشنایی با سابقه پژوهش و همچنین امکان مقایسه این تحقیق با تحقیقات پیشین تا حد امکان تحقیقات مرتبط با موضوع این پژوهش بررسی خواهند شد:

۱. زینب غریب زاده (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان «نقش تلویزیون در ارتقای فرهنگ زیست محیطی مردم (بررسی دیدگاه های متخصصان ارتباطات و محیط زیست)»، میزان تأثیر گذاری و قابلیت تلویزیون را از منظر متخصصان در حوزه محیط زیست و رسانه بررسی کرده و بعد آن را با دیدگاه کارشناسان و دست اندرکاران محیط زیست در تلویزیون مقایسه کرده است. این پژوهش نشان داده است رسانه های جمعی مهم ترین منبع اطلاعات محسوب می شوند و با گستره وسیع مخاطبان خود، ابزاری کلیدی در امر آموزش و آگاهی افکار عمومی و آماده ساختن آنها در مواجهه با چالش های زیست محیطی در سده های آینده و عمومی کردن فرهنگ محیط زیست به شمار می آیند. رسانه ها ضمن برجسته سازی مسائل محیط زیستی و آگاهی بخشی درباره خطراتی که متوجه محیط زیست است؛ با اعلام سیاست ها، اقدامات و وعده های دولت در افزایش پاسخ گویی تصمیم گیران سیاسی و دولتمردان به مسائل زیست محیطی مؤثرند.

۲. لعیا محبوبی (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان «جایگاه روزنامه نگاری محیط زیست در مطبوعات ایران»، به بررسی چگونگی بازتاب رویدادهای زیست محیطی سال ۱۳۸۹ در سه روزنامه سراسری ایران پرداخته است. یافته های پژوهش نشان می دهد در میان سبک های خبری، خبر در جایگاه نخست پوشش رویدادهای زیست محیطی و گزارش و نقد و تحلیل و تفسیر در جایگاه بعدی قرار دارند. با توجه به مقوله های مرتبط به برجسته سازی که شامل

تیر در صفحه نخست، اندازه و اولویت تیر و استفاده از بازی معنایی و وجود عکس است، می‌توان ادعا کرد که در مجموع روزنامه‌های ایران سعی چندانی در برجسته‌سازی مسائل و رویدادهای زیست‌محیطی ندارند. در خصوص اهداف توسعه پایدار نیز روزنامه‌های ایران بیشتر توجه خود را بر پوشش خبری آلودگی‌های هوا نهاده‌اند. روزنامه‌های سراسری ایران در نقد عملکرد زیست‌محیطی دولت به نسبت خوب عمل کرده‌اند. در نزدیک به ۸۰ درصد موارد، روزنامه‌نگاران زیست‌محیطی کشورمان نقش انتشاردهنده داشته‌اند. در مجموع می‌توان گفت مطبوعات کشور در زمینه روزنامه‌نگاری زیست‌محیطی با توجه به معیارهای روزنامه‌نگاری توسعه و اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، در برخی جنبه‌ها عملکرد قابل قبول و در برخی جنبه‌ها ضعیف عمل کرده‌اند.

۳. زهرا سادات خوشحالی (۱۳۹۵)، باهدف «بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای فرهنگ زیست‌محیطی در جامعه از دیدگاه خبرنگاران حوزه محیط‌زیست» پژوهشی انجام داده است. تحقیق نشان داده که اکثریت جامعه آماری (۸۲/۲ درصد) میزان نقش تعیین‌کننده رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای فرهنگ زیست‌محیطی در جامعه را زیاد و خیلی زیاد دانسته‌اند. همچنین موضوع مقابله با کاهش آلودگی هوا و آلاینده‌ها با ۴۱/۱ درصد رعایت بهداشت محیط و نریختن زباله با ۳۳/۹ درصد بیشترین میزان اطلاع‌رسانی را در رسانه‌های اجتماعی به خود اختصاص داده است و در خصوص موضوعاتی نظیر مقابله با کاهش آلودگی صوتی و حفاظت از آب‌و‌خاک کمترین اطلاع‌رسانی صورت گرفته است. از نظر جامعه آماری بیشترین میزان اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی در رسانه تلگرام در خصوص رعایت بهداشت محیط و نریختن زباله با ۲۱/۴ درصد انجام شده است.

۴. زینب شریفی (۱۳۹۵)، در رساله دکتری باهدف «تبیین شاخص‌ها و مؤلفه‌های روزنامه‌نگاری محیط‌زیست و ارائه مدل برای مطبوعات ایران» به مسائل محیط‌زیست ایران پرداخته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، متخصصان بر این نظر توافق دارند که روزنامه‌نگاری محیط‌زیست ایران از چهار مؤلفه اصلی تشکیل شده است. این مؤلفه‌ها شامل الف) برخورداری از معیارهای تخصصی روزنامه‌نگاری محیط‌زیست، ب) داشتن معیارهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاری عمومی، ج) داشتن دانش محیط‌زیست حداقل در یکی از گرایش‌های محیط‌زیست و د) آشنایی با فعالیت‌های سازمان‌های بین‌المللی، قوانین وضع شده و تفاهم‌نامه‌ها در جهان، منطقه و ایران است.

۵. آندرس هانسن^۱ (۲۰۱۰)، در مقاله‌ای با عنوان «ارتباطات، رسانه‌ها و محیط‌زیست» با جست‌وجو در باب پژوهش ارتباطات زیست‌محیطی در چهار دهه گذشته، برخی روندها و

1. Anders Hansen

رویکردهای اصلی در پژوهش را ترسیم می‌نماید که به نقش رسانه‌ها و فرآیندهای ارتباطی در تعریف، توضیح و بحث عمومی و سیاسی موضوعات و مسائل زیست‌محیطی می‌پردازد. محیط‌زیست، به‌ویژه در این اواخر به شکل تغییرات اقلیمی، بیش از سه یا چهار دهه است که تبدیل به یکی از دغدغه‌های سیاسی و عمومی زمان ما شده است و رسانه‌ها و ارتباطات جمعی همچنان در این زمینه میاندار هستند.

۶. هاری ورهون^۱ (۲۰۱۸) در کتاب سیاست‌های زیست‌محیطی در خاورمیانه به کشمکش‌های حقوقی و ارتباطات جهانی پرداخته است. این کتاب یک مقدمه و نه فصل دارد. مقدمه با عنوان «خاورمیانه در سیاست‌های زیست‌محیطی جهانی» نوشته هاری ورهون، ویراستار کتاب است. این کتاب در پی کشف رابطه طبیعت و جامعه انسانی در خاورمیانه است و درباره این بحث می‌کند که پویایی‌های زیست‌بوم منطقه منعکس‌کننده و پدیدآورنده مسائل و مشکلات وسیع‌تر و بزرگ‌تر سیاسی-اجتماعی در سطح جهانی و نیروهای زیست‌محیطی و همچنین بخش جدانشدنی سیاست مبتنی بر قدرت در منطقه خودشان است. در این کتاب با تاریخ زیست‌بوم منطقه آشنا می‌شویم.

بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در موضوع محیط‌زیست در ایران و کشورهای خارجی حاکی از آن است که اکثر پژوهش‌ها رسانه و پوشش خبری مسائل زیست‌محیطی را در خلأ بررسی کرده‌اند. به بیان دیگر، آنچه از پژوهش‌های پیشین استنباط می‌شود این است که پژوهشگران بیشتر بر کارکرد رسانه در توسعه پایدار متمرکز شده‌اند و وضع موجود را توصیف کرده‌اند. اکنون نیازمند پژوهش‌های بیشتر و متنوع‌تری در این حوزه هستیم تا علاوه بر اینکه چالش‌های رسانه‌ای وضع موجود را بشناسیم و فرصت‌های و وضع مطلوب سیاست‌گذاری رسانه‌ای در پرداخت به مسائل زیست‌محیطی در ایران روشن گردد؛ همه‌ی ابعاد و جوانب موضوع از جمله مقدمات لازم برای اجرای سیاست‌های کلان، موانع موجود بر سر راه پرداخت مسائل زیست‌محیطی نیز به‌صورت علمی بررسی شود تا نتایج آن بتواند الگوی سیاست رسانه‌ای در قبال مسائل زیست‌محیطی ایران به دست دهد.

مبانی نظری پژوهش

چارچوب مفهومی این پژوهش نظریه ارتباطات محیط‌زیست با تأکید بر فرآیند کارکردگرایی، برجسته‌سازی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای است. ارتباطات زیست‌محیطی حوزه‌ای است که به موضوعات، دغدغه‌ها و البته، نگرانی‌های گسترده‌ای می‌پردازد. همین گستردگی سبب می‌شود حوزه ارتباطات زیست‌محیطی در نگاه اول بسیار سردرگم‌کننده و ارائه تعریفی از آن دشوار جلوه

1. Harry Verhoven

کند. به همین دلیل دانشگاهیان تاکنون نتوانسته‌اند تعریفی یکپارچه از ارتباطات زیست‌محیطی ارائه دهند (Cox, 2007: 20). استیو دپوئه^۱، سردبیر ارتباطات زیست‌محیطی؛ مجله طبیعت و فرهنگ، در ۱۹۹۷م. این حوزه را به‌عنوان مطالعه «رابطه میان سخن و تجربه ما از محیط طبیعی اطرافمان» تعریف کرده است (Cox, 2007: 16)؛ اما جورین و همکاران هشدار می‌دهند که «سخن گفتن» صرف درباره محیط‌زیست است و البته، پژوهشگران باید دقت کنند که «در دام تعاریف گرفتار نشوند» (Jurin, Donny & Jeff, 2010: 14).

دشواری دیگر در ارائه تعریفی از ارتباطات زیست‌محیطی، مربوط به این است که هر دو بخش تشکیل‌دهنده این عبارت، اصطلاحاتی عریض و طویل و چندوجهی هستند؛ به طوری که می‌توان آن‌ها را سازه‌هایی نامید که از دلالت‌های ضمنی و مفاهیم چندگانه ساخته شده‌اند. بنابراین، سهل است تصور اینکه به‌سادگی به دام این‌همانی‌های مکرر گرفتار شویم (Jurin, Donny & Jeff, 2010: 13).

یکی از تعاریفی که امکانات نظری فراوانی پیش‌پای این مقاله گذاشت و از آن استفاده شد، تعریف مورد نظر کوکس است که با تکیه بر مدل کنش نمادین ارائه شده است. او نقش‌های متمایز زبان، هنر، عکس، اعتراضات خیابانی و حتی گزارش‌های علمی را به‌عنوان شکل‌های «کنش نمادین» در نظر می‌گیرد. مدل کنش نمادین، این اصل را پیش‌فرض قرار می‌دهد که زبان و نمادها، کاری بیش از انتقال ساده اطلاعات انجام می‌دهند: «آن‌ها علاوه بر اینکه چیزی می‌گویند، کاری انجام می‌دهند؛ به شکل فعالانه‌ای درک ما را شکل داده، به خلق معنا می‌پردازند و ما را به دنیای وسیع‌تری رهنمون می‌شوند.» به این ترتیب، کوکس ارتباطات زیست‌محیطی را «حاملی عمل‌گرایانه و برسازنده برای حاصل کردن فهمی از محیط‌زیست و رابطه‌مان با دنیای طبیعت» معرفی می‌کند؛ به عبارت دیگر ارتباطات زیست‌محیطی «واسطه‌ای نمادین است که از آن برای ساخت مشکلات زیست‌محیطی و مذاکره درباره پاسخ‌های متفاوت جامعه به آن‌ها استفاده می‌کنیم» (Cox, 2007: 20). در این تعریف، مقصود از ساخت مشکلات زیست‌محیطی مسئله‌مند کردن جامعه و افکار عمومی درباره این مشکلات و ایجاد بستری است که آن‌ها را به‌عنوان «مسئله» تلقی کنند. ارتباطات زیست‌محیطی به‌عنوان حوزه دانشی و پژوهشی نیز ابزاری برای «مطالعه راه‌های ارتباط درباره محیط‌زیست، تأثیرات این ارتباطات بر ادراک ما، هم از محیط‌زیست و هم از خودمان و بنابراین تأثیرات آن بر رابطه ما با دنیای طبیعت» در اختیار می‌گذارد (Cox, 2007: 9).

با در نظر گرفتن این تعریف، ارتباطات زیست‌محیطی دو کارکرد مجزا ایفا می‌کند:

1. Stave Depoe

۱. در کارکرد عمل‌گرایانه، ارتباطات زیست‌محیطی به آموزش می‌پردازد، ما را هوشیار می‌سازد، به ما هشدار می‌دهد، ما را متقاعد می‌کند، قدرت بسیج‌کنندگی دارد و به ما برای حل مشکلات زیست‌محیطی یاری می‌رساند. این درک ابزاری از ارتباطات، آن را به‌عنوان حامی برای حل مشکلات معرفی می‌کند و اغلب بخشی از کارزارهای آموزش و آگاه‌سازی عموم است.

۲. کارکرد دوم ارتباطات زیست‌محیطی در برسازنده‌بودن آن نهفته است. بدین‌معناکه به ساخت یا شکل‌دهی بازنمایی‌های طبیعت و مشکلات زیست‌محیطی کمک می‌کند (Cox, 2007: 20-21).

بنابراین، اینکه منابع طبیعی را صرفاً مایملکی برای بهره‌برداری، غلبه و تسخیر نوع بشر بدانیم یا نظام‌های ضروری حمایت از بقای زندگی که باید گرامی داشته شوند و مورد حمایت قرار گیرند، وابسته به بازنمایی‌هایی است که رسانه‌ها از محیط‌زیست، طبیعت و رابطه انسان با آن‌ها ارائه می‌دهند. ارتباطات به‌عنوان «برسازنده» با انتقال ارزش‌های خاص، بر این نکته نیز تأکید می‌ورزد که موضوعات مشخصی را به‌عنوان «مشکل» شناسایی و تعریف کنیم.

بعد دیگری که از ارتباطات زیست‌محیطی در این مقاله ارائه شده، آن را «کاربردی برنامه‌ریزی شده و راهبردی از فرایندهای ارتباطی و تولیدات رسانه‌ای» می‌داند که باهدف «حمایت از سیاست‌گذاری مؤثر، مشارکت عمومی و انجام پروژه برای رسیدن به پایداری زیست‌محیطی» طراحی می‌شود. به این ترتیب، اگر ارتباطات زیست‌محیطی در یک راهبرد کلان و منسجم ارتباطی گنجانده شود، استفاده کارآمد از روش‌ها، ابزارها و فناوری‌هایی را به دنبال دارد که در ارتباطات توسعه، آموزش بزرگسالان، بازاریابی اجتماعی، توسعه کشاورزی، روابط عمومی، آموزش غیر رسمی و دیگر شاخه‌ها به خوبی تثبیت شده‌اند (OECD, 1999: 6).

از این منظر، ارتباطات زیست‌محیطی به‌عنوان ابزاری مدیریتی، نیروی تولیدشده مدیران پروژه‌ها و مردم مرتبط با این کنش را جابه‌جا و حلقه مفقوده میان مسئله زیست‌محیطی و فرایندهای مرتبط اجتماعی-سیاسی، سیاست‌گذاری و مشارکت اجتماعی را پیدا می‌کند. ارتباطات زیست‌محیطی همچنین باید به‌عنوان پلی میان دانش سخت چگونگی انجام کارها و تغییر رفتاری نرم مبتنی بر عمل در نظر گرفته شود. بنابراین، اینکه سیاست‌گذاران یا برنامه‌ریزان بفهمند که کنش‌گران در مراحل مختلفی درگیرند و هر کنش‌گر، ادراک، منافع، علایق و دستور کارهای پنهانی متفاوت از دیگری دارد، بسیار ضروری است (Ibid).

بر اساس آنچه که از ارتباطات زیست‌محیطی ارائه شد، به نظر می‌رسد تعریف زیر از نظر آن‌که همزمان آن را یک کنش نمادین عملگرا و برسازنده و یک ابزار مدیریتی در سطح

سیاست‌گذاری کلان رسانه‌ای تلقی می‌کند، تعریف گویاتری است: ارتباطات زیست‌محیطی زایش و تبادل نظام‌مند پیام‌های انسانی، دربارهٔ جهان پیرامون و تعامل‌های ما با آن است (Jurin, Donny & Jeff, 2010: 15).

به‌هرحال، با کمک هرکدام از این نظریات، می‌توان ارتباط بین رسانه‌ها و محیط‌زیست را تبیین، توصیف و تفسیر کرد و ضرورت توجه به رسانه با اصول توسعهٔ پایدار محیط‌زیست در کشور ایران را تبیین کرد. همچنین، با مبنای قرارداد کارکردها و توجه به نقش رسانه‌ها به‌ویژه نقش اطلاع‌رسانی و آموزش‌دادن به مردم در خصوص حفظ محیط‌زیست و عواقب تخریب طبیعت می‌توان به اهداف توسعهٔ پایدار کمک کرد. به‌عبارت‌دیگر، خبرنگاران به‌عنوان رهبران فکری با آموختن و تحصیل در رشتهٔ روزنامه‌نگاری محیط‌زیست می‌توانند بهتر و به‌صورت حرفه‌ای‌تری کارکرد رسانه‌ها را به اجرا بگذارند. بی‌گمان، اطلاع‌رسانی و هشدار دربارهٔ وقایع و رویدادهای محیط‌زیست، آموزش فرایندهای حفظ محیط‌زیست و ایجاد همبستگی بین شهروندان می‌تواند منجر به تغییر نگرش، شناخت و در نتیجه کنش و رفتار خوانندگان شود و میزان مشارکت آنان را برای حفظ محیط‌زیست برای نسل‌های آینده بیشتر کند (شریفی، ۱۳۹۹).

مدل مفهومی زیر بر پایهٔ نظریاتی که ذکر شد، ترسیم شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

زمانی که همه مفاهیم مربوط به یک پدیده هنوز مشخص نشده‌اند یا دست‌کم در مکان مورد مطالعه خاص مشخص نیستند یا اگر مشخص شده‌اند، هنوز روابط بین این مفاهیم به خوبی درک نشده‌اند، از روش پژوهش کیفی برای درک بهتر این پدیده‌ها استفاده خواهد شد (هومن، ۱۳۸۹: ۸). برابر نظر پوپای و ویلیام پژوهش کیفی که در بنیاد اکتشافی است، در مواردی استفاده می‌شود که نوعی دغدغه نسبت به فهم چگونگی وقوع پدیده‌ها و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر وجود دارد، نه سنجش رابطه بین متغیرها (دانایی‌فرد و مظفری، ۱۳۸۷: ۱۳۷). براین اساس راهبرد داده‌بنیاد (گراندد تئوری) برای طراحی چهارچوب در این پژوهش استفاده شد (استراس و کوربین^۱، ۱۳۸۵: ۱۵). کرسول این راهبرد را که دو جامعه‌شناس به نام‌های بارنی گلیسر^۲ (از دانشگاه کلمبیا) و آنسلم استراس^۳ (از دانشگاه شیکاگو) رشد و توسعه داده‌اند، چنین تعریف می‌کند: «توسعه یک تئوری بر پایه داده‌های حوزه مورد مطالعه» (هومن، ۱۳۸۹: ۱۹). هدف عمده این روش تبیین یک پدیده با مشخص کردن عناصر کلیدی (مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها) آن و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرایند آن پدیده است. تولید و خلق مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها نیز فرایندی چرخه‌ای - تکراری است (دانایی‌فرد و دیگران، ۱۳۸۳: ۱۳۰) که مبتنی بر تجربه آزمودنی (مارشال و راسمن، ۱۳۷۷: ۱۹۷) و رابطه مستقیمی است که پژوهشگر با محیط پژوهش برقرار می‌کند (سایر، ۱۳۸۸: ۳۰). به عبارتی علوم اجتماعی با عوامل مفهوم‌دار و مفهوم‌سازی سروکار دارد که درباره آنچه انجام می‌دهند، نظریه‌پردازی نیز می‌کنند (دروین و دیگران، ۱۳۸۸: ۵۵).

روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه عمیق نیمه‌استاندارد یا نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران بوده است. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش از میان کارشناسان، متخصصان، صاحب‌نظران ارتباطات، سردبیران رسانه، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، روزنامه‌نگاران و مسئولان حوزه محیط‌زیست انتخاب شدند؛ به‌منظور انجام نمونه‌گیری در این پژوهش، از نمونه‌گیری نظری استفاده شد. نمونه‌گیری تا جایی تداوم یافت که با ادامه نمونه‌گیری هیچ اندیشه جدیدی به دست نیامد و به اصطلاح پژوهش به اشباع نظری و کفایت رسید.

1. juliet corbin
2. Barney Glaser
3. Anselm Strauss

تبیین سیاست‌های رسانه‌ای ایران در قبال مسائل زیست‌محیطی از منظر صاحب‌نظران

گفتنی است که اشباع نظری از نمونه پانزدهم تا حدودی شکل گرفت و هرچند از نمونه پانزدهم به بعد تقریباً دیگر هیچ دیدگاه جدیدی حاصل نشد؛ اما روند پژوهش تا نفر بیست‌ودوم ادامه یافت. فهرست افرادی که در این پژوهش در مصاحبه شرکت داشتند به شرح زیر است:

جدول ۱. فهرست مصاحبه‌شوندگان

ردیف	نام مصاحبه‌شونده	مدرک تحصیلی	سمت
۱	مه‌دخت بروجردی	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
۲	محمد فاضلی	دکتری	عضو هیئت‌علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهیدبهشتی
۳	محمد مهدی فرقانی	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
۴	بابک مختاری	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه شهید چمران اهواز
۵	حسن نمک‌دوست	دکتری	روزنامه‌نگار و استاد علوم ارتباطات
۶	عباس قنبری	دکتری	عضو هیئت‌علمی گروه ارتباطات دانشگاه تهران
۷	صدیقه بیران	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی
۸	لیدا کاووسی	دکتری	عضو هیئت‌علمی روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبایی
۹	علیرضا زراسوندی	دکتری	استاد گروه زمین‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز
۱۰	امیر عبدالرضا سپنچی	دکتری	مدیرکل روابط عمومی سازمان محیط‌زیست
۱۱	منصور ساعی	دکتری	عضو هیئت‌علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۲	علی احمدی	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
۱۳	سیدضیاء هاشمی	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه تهران و مدیرعامل وقت ایرنا
۱۴	علیرضا آذریان	-	مسئول آزمایشگاه هوا اداره کل حفاظت محیط‌زیست خوزستان
۱۵	فاطمه حسنی	مهندسی محیط‌زیست آلودگی هوا	رئیس گروه گردوغبار سازمان حفاظت محیط‌زیست
۱۶	حمیدرضا خدابخشی	دکتری مهندسی منابع آب	معاون برنامه‌ریزی سازمان آب و برق خوزستان
۱۷	محمدامین صالحی‌نژاد	-	مدیر خبرگزاری ایسنا خوزستان
۱۸	نادره وائلی‌زاده	-	خبرنگار ایرنا خوزستان
۱۹	احسان محمدی	-	روزنامه‌نگار و فعال محیط‌زیست
۲۰	الهه موسوی	-	روزنامه‌نگار و فعال محیط‌زیست
۲۱	لیلا مرگن	-	خبرنگار روزنامه شرق
۲۲	زهرا کشوری	-	نویسنده و پژوهشگر محیط‌زیست

برای حصول اطمینان از روایی پژوهش؛ یعنی دقیق بودن یافته‌ها از منظر پژوهشگر، مشارکت‌کنندگان یا خوانندگان گزارش پژوهش اقدامات زیر انجام شد:

- تطبیق توسط اعضا: مشارکت‌کنندگان، پارادایم کدگذاری محوری را بازبینی و نظر خود را در مورد آن ابراز کردند؛ دیدگاه‌های ایشان در پارادایم کدگذاری محوری اعمال شد.
- بررسی همکار: دو تن از استادان به بررسی یافته‌ها و اظهارنظر درباره پارادایم کدگذاری محوری پرداختند.
- مشارکتی‌بودن پژوهش: به‌طور همزمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

باتوجه به ماهیت روش به‌کارگرفته‌شده، تعبیر و تفسیر داده‌ها در این پژوهش با کدگذاری جملات و پاراگراف‌های حاصل از مصاحبه‌ها صورت گرفته است. کدگذاری نشانگر عملیاتی است که طی آن داده‌ها خرد می‌شوند، مفهوم‌پردازی می‌شوند و آن‌گاه به روش‌های جدید دوباره به یکدیگر متصل می‌شوند. در ادامه این بخش به بررسی نتایج حاصله به صورت مشروح می‌پردازیم.

الف) کدگذاری باز

کدگذاری باز عبارت از روند خردکردن، مقایسه‌کردن، مفهوم‌پردازی کردن و مقوله‌بندی کردن داده‌هاست. این روند از مفاهیم شروع می‌شود و سرانجام به کشف مقوله می‌انجامد (استراس و کوربین، ۱۳۸۵: ۷۰). مفاهیم برچسب‌های ذهنی جداگانه‌ای هستند که پژوهشگر به وقایع، حوادث و پدیده‌ها نسبت می‌دهد. این برچسب‌ها که از طریق فرایند انتزاعی‌سازی شکل می‌گیرند شبیه سبدهای خالی هستند که با تجربه و معناهای پژوهشگر پر می‌شوند (هچ، ۱۳۸۵: ۳۰). مقوله نیز در اصل مفهومی است که از سایر مفاهیم انتزاعی‌تر است؛ به عبارت دیگر زمانی که طبقه‌بندی مفاهیم صورت می‌گیرد، مقولات شکل می‌گیرند؛ یعنی زمانی که مفاهیم با هم مقایسه می‌شوند و به نظر می‌رسد که به پدیده‌های مشابه مربوط‌اند، مقولات کشف می‌شوند.

در کدگذاری اولیه این پژوهش بیش از صدها برچسب مفهومی از کدگذاری بیست‌ودو مصاحبه حاصل شد که به‌دلیل مفصل‌بودن از آوردن آنها پرهیز می‌شود. جدول شماره (۲) بخشی از روند مفهوم‌پردازی یک مصاحبه را به‌عنوان نمونه نشان می‌دهد:

جدول ۲. مفاهیم برآمده از تحلیل مصاحبه با مورد G

ردیف	نکته کلیدی	کدگذاری باز
PG۱	مسائل زیست‌محیطی را باید در دو سطح مورد توجه قرار داد: یک سطح کلان که منظور سطح جهانی است و دیگر در سطح ملی و یک سطح خردتر و رسانه‌ای کشور.	سطوح مختلف پوشش رسانه‌ای مسائل محیط‌زیستی
PG۲	وقتی که کل کشور برای محیط‌زیست برنامه دارد، رسانه‌ها هم تابع از آن هستند. رسانه‌ها جدای از سیاست‌های کلی کشور نمی‌توانند به تنهایی کاری از پیش ببرند. این سیاست‌گذاری کلان رسانه‌ای زیرمجموعه یا تابعی از متغیر سیاست‌گذاری کلان کشورند که آنها دارند چه کار می‌کنند. در برنامه توسعه کشور، برنامه‌های چهارم، پنجم و ششم به چه میزان به محیط‌زیست اهمیت داده‌اند و به چه میزان محیط‌زیست را دیده‌اند؟	وابستگی رسانه‌ها به سیاست‌های کلان کشور
PG۳	به نظر می‌رسد که مسئله محیط‌زیست هنوز به مسئله اصلی دولت و مسئله اصلی برنامه‌های توسعه ملی تبدیل نشده است و تا این اتفاق صورت نگیرد از رسانه‌ها نمی‌شود انتظار داشت کاری کنند کارستان؛ برای اینکه رسانه‌ها به عبارت دیگر شیوه‌نامه آنها را می‌نویسند؛ یعنی سیاست‌گذاری کلان باید در سطح ملی صورت بگیرد. اینکه چگونه ما آنها را عملیاتی کنیم توسط رسانه انجام می‌شود. رسانه‌ها جزئی از اجرای دستورالعمل‌های کلان ملی هستند و به تنهایی نمی‌توانند خیلی کاری انجام دهند.	نقش سیاست‌گذاری‌های کلان در عملکرد رسانه‌ها
PG۴	اگر رسانه‌های ما خودشان حرفه‌ای باشند و خودشان متخصص باشند می‌توانند حداقل سیاست‌مداران را به تحریک وادارند و ذهن مردم را نسبت به محیط‌زیست هوشیار کنند.	نقش رسانه‌ها در سیاست‌گذاری‌های کلان محیط‌زیستی
PG۵	حالا کدام روزنامه‌نگار می‌تواند این کار را انجام دهد، کار هر روزنامه‌نگاری نیست. در عالم روزنامه‌نگاری ایران حرفه تربیت روزنامه‌نگاری متخصص نداریم و این خلاء بزرگ از عرصه روزنامه‌نگاری کشور است. شما در شبکه‌های معاند نگاه می‌کنید که مثلاً چقدر از ایرانیان ما آنجا متخصص‌اند؛ متخصص نفت و گاز، متخصص بورس، متخصص اقتصاد، متخصص امور مجلس، متخصص اپیدمیولوژی، متخصص ویروس‌شناسی؛ ولی ما در عرصه روزنامه‌نگاری کشور هیچ متخصصی نداریم. من حدود ۱۲ - ۱۳ سال پیش پیشنهادی دادم به دانشکده مبنی بر اینکه ما در دوره روزنامه‌نگاری ۴ سال اول روزنامه‌نگاری را بچه‌ها دروس عمومی را بگذرانند ولی در دو سال آخر بیان یکی از عرصه‌های مورد توجه‌شان را تخصصی بخوانند.	نبود روزنامه‌نگار حرفه‌ای و تخصصی
PG۶	من الان در دانشگاه در حوزه فناوری کار می‌کنم. ما یک روزنامه‌نگار نداریم که بداند مرکز رشد یعنی چه؟ مرکز نوآوری یعنی چه؟ استارت‌آپ به چه معنیه؟ کسب و کارهای نوپا چکار می‌کنند. به صورت علمی نداریم و شاید باور کردنش برایتان دشوار باشد روزنامه نگار داشتیم وقتی از پارک‌های علم و فناوری صحبت می‌کردیم واقعا باورش بود پارک علم و فناوری همان پارک است؛ یعنی چون در محیط پارک است بهش می‌گویند پارک علم و فناوری.	ناآگاهی روزنامه‌نگاران به مسائل و دانش روز
PG۷	ما در هیچ عرصه‌ای روزنامه‌نگاری تخصصی نداریم و این آسیب بزرگ کشور و آسیب به محیط‌زیست است. ما روزنامه نگار تخصصی محیط‌زیست می‌خواهیم.	نبود روزنامه‌نگار متخصص در حوزه محیط‌زیست

نیاز به خبرنگار متخصص در زیرمجموعه‌های محیط‌زیستی	حتی در محیط‌زیست آبش جدا، سدش جدا، جنگلش جدا، ریزگردش جدا، حیات وحشش جدا و واقعا شما در جنگل‌های خائیز که الان آتش‌سوزی شده در کهگیلویه و بویراحمد چندین روزنامه‌نگار متخصص جنگل‌ها مصاحبه می‌کردند و اطلاعات ریز و دقیق می‌دادند از متراژ این جنگل‌ها کجاست چه چیزی دارد؟ چند تا درخت بلوط دارد. پوشش گیاهی آن چیست. نگاه کنید ما این‌ها را نداریم و وقتی که ما روزنامه‌نگاری نداریم که به این اطلاعات واقف باشد یک چیز کلی می‌نویسم می‌گیم محیط‌زیست کهگیلویه و بویراحمد اعلام کرد آتش‌سوزی خاموش شد یا مردم شاخه‌های درختان را می‌شکستند که با آن شاخه‌ها بزنند روی آتش در حالی که خودتان دارید تخریب می‌کنید زمین را از بین می‌برید درخت رو دارید از بین می‌برید.	PG۸
نقش روزنامه‌نگار متخصص در آگاهی‌بخشی به جامعه	روزنامه‌نگار اگر آگاه باشد مردم را هم آگاه می‌کند. اگر ما روزنامه‌نگار تخصصی داشتیم به راحتی می‌تونست مردم را آگاه کند.	PG۹
برنامه‌ریزی برای تربیت روزنامه‌نگار متخصص	دانشکده‌های ما یک رسالت عظیمی به عهده دارند که ما داریم در دانشگاه جامع پایه این کار را می‌ریزیم. پایه‌اش چطوری می‌شود؟ پایه اینکه ما اولین دوره را می‌گذرانیم دوره تخصصی تربیت روزنامه‌نگاری حوزه فناوری یا یک کارگاه آموزشی از بهترین استادان محیط‌زیست دعوت می‌کنیم بیایید شما محیط‌زیست را درس بدهید. بعد به روزنامه‌ها می‌گوییم یک خبرنگار بفرستید برای آموزش تخصصی محیط‌زیست و این کار را به زودی تا پایان تابستان انجام می‌دهیم. الان اولین دوره را می‌گذاریم برای فناوری و بعد به همین ترتیب.	PG۱۰
نقش رسانه در پاسخگو کردن مسئولان کشور	بعد آخر سر می‌رسد به اینکه سیاست‌گذاری رسانه و اینکه رسانه‌ها چه توری دولت‌مردان را تهییج و تشویق کنند و وادار به پاسخ‌گویی کنند.	PG۱۱
آموزش و آگاه‌سازی مردم	هم دولت‌مردان و هم با آگاه‌سازی مردم را آموزش دهند. بله با آگاه‌سازی مردم، آنها را آموزش بدهند. آموزش بسیج انگیزه‌های شهروندان در قبال مسائل زیست‌محیطی اهمیت دارد.	PG۱۲
تأسیس یک رسانه محیط‌زیستی	عمده‌ترین راهکارهای علمی و کارساز در حوزه بحث محیط‌زیست: بحث تخصصی شدن در حوزه رسانه‌ای محیط‌زیست یا تأسیس یک رسانه ویژه مسائل زیست‌محیطی.	PG۱۳
نداشتن حوزه تخصصی محیط‌زیست	یا حتی ما سرویس‌های محیط‌زیست نداریم توی خبرگزاری‌ها، اطلاع‌رسانی در مورد تخریب محیط‌زیست و نتایج تخریب محیط‌زیست	PG۱۴
پرسشگری از مسئولان	پرسشگری از مسئولان	PG۱۵
ایجاد خبرگزاری تخصصی محیط‌زیست	خبرگزاری تخصصی محیط‌زیست این بحث خیلی خوبی بود که حتی ما هم اینجا فکر کردیم یک خبرگزاری تخصصی درست کنیم درخواست هم از وزارت ارشاد کردم آقای فرقانی را معرفی کردم به نام خبرگزاری فناوری در حوزه فناوری و فکر کنم اسمش را خبرگزاری کسب‌وکارهای نوپا گذاشتن.	PG۱۶

تبیین سیاست‌های رسانه‌ای ایران در قبال مسائل زیست‌محیطی از منظر صاحب‌نظران

<p>تربیت خبرنگار حرفه‌ای</p>	<p>ما نیرو نداریم برای خبرگزاری. اول یک سری خبرنگار حرفه‌ای تربیت کنیم از خبرگزاری‌های مختلف. بعد از آنها بخواهیم بیایند و در خبرگزاری ما کار کنند این مشکلی بود که با خبرگزاری متوقف شد می‌گم که درخواستش را دادیم و آقای فرقانی رو معرفی کردند به‌عنوان مدیرمسئول خبرگزاری. پس بنابراین خبرگزاری زمانی باید پا بگیرد که ما نیروهای متخصص داشته باشیم اینجا را باید از پایین شروع کنیم نه از بالا.</p>	<p>PG۱۷</p>
<p>نبود امنیت شغلی</p>	<p>بنابراین این بزرگ‌نمایی و اطلاع‌رسانی در حدی می‌شود شما نگاه می‌کنید مدیرعامل ایرنا را عوض می‌کنند. ما با آقای صیادی صحبت کردیم هیچ کس امنیت شغلی ندارد.</p>	<p>PG۱۸</p>
<p>رواج روزنامه‌نگاری توسعه</p>	<p>در خصوص پاسخگو کردن دولت‌مردان این را باید بگویم که کسی باید از من پاسخ بخواهد که سوال منطقی داشته باشد باید ببینیم روزنامه‌نگاران ما چقدر به این عرصه وارد هستند و چقدر می‌توانند ببینند روزنامه‌نگاری توسعه مصداقش یکیش این است که روزنامه‌نگار وعده‌ها را گوش می‌کند و بعد می‌گوید شما این وعده را داده‌اید ولی ما نباید این را بنویسیم.</p>	<p>PG۱۹</p>
<p>نبود خبرنگار ماهر</p>	<p>ما با خبرنگارانی طرف هستیم که وقتی می‌آید در جلسه مطبوعاتی از من روابط عمومی می‌پرسد باید چه چیزهایی بپرسم بد است من باید تو را ببینم بترسم. کل سازمان تو را ببینند باید بترسند.</p>	<p>PG۲۰</p>
<p>خبرنگارانی متحرتر از مدیران</p>	<p>برای پاسخگو کردن مدیران، به خبرنگارهایی احتیاج داریم که از مدیر سرترا باشد نه اینکه هرچه می‌گویند عین ضبط صوت عمل کنند ضبط کنند بدون هیچ چالشی.</p>	<p>PG۲۱</p>
<p>تأکید بر آموزش حرفه‌ای</p>	<p>یعنی اون زمان واقعا حرفه‌ای بود تنها کسی بود که مجوز داشت با هرکی می‌خواست حرف بزند. اگر یک همچین مدیرانی داریم خبرنگاری نداریم که بنابراین بر آموزش حرفه‌ای خیلی تأکید می‌شود.</p>	<p>PG۲۲</p>
<p>نقش برجسته‌سازی در اولویت‌بخشی به اخبار محیط‌زیست</p>	<p>فرهنگ‌سازی خیلی مهم است. واقف هستید که الگوهای ذهنی مردم را رسانه‌ها تعیین می‌کنند. وقتی خبر اول ما حتی قبل از خبر کرونا مسئله‌ی جنگل‌های خائیز باشد یا آتش‌سوزی جنگل‌ها باشد، قطعا در ذهن مردم می‌ماند. الان محیط‌زیست اولویت دارد به نظر من خیلی موضوع جالبی است. بسیار طرح مسئله‌تان درست است ناخودآگاه در ذهن مخاطب می‌شیند که اولویت آن هم از مسئله حتی از کرونا هم مهم‌تر است؛ یعنی آینده کشور بر باد می‌رود اگر جنگل‌ها از بین برود. به‌خصوص جنگل‌های بلوط که الان ما با بلوط کار داریم. چقدر این درختان مهم هستند.</p>	<p>PG۲۳</p>
<p>برجسته‌سازی در رسانه‌های مختلف</p>	<p>برجسته‌سازی حتی در رسانه‌ها، تبدیل شدن به تیتراژ اول روزنامه، در تلویزیون تو اخبار خبر اول شدن مصاحبه با مسئولان و دست‌اندرکاران، گزارش‌های واقعی تهیه کردن و جلب پشتیبانی مردم برای این مسئله حتی آموزش دادن بچه‌ها در دبستان‌ها.</p>	<p>PG۲۴</p>
<p>مکمل بودن رسانه‌های مختلف</p>	<p>هر رسانه کارکرد خود را دارد و هرگز از نظر اعتبار مطالب شبکه‌های مجازی نمی‌توانند به پای آنها برسند. از نظر سرعت اطلاع‌رسانی خوب بسیار مهم است. به نظر می‌رسد که ما به‌عنوان متخصصان روزنامه‌نگاری یا رسانه‌ای باید به هر دو رسانه توجه کنیم.</p>	<p>PG۲۵</p>

خلق محتواهای تازه در فضای مجازی	برای اطلاع‌رسانی و برای آموزش شبکه‌های مجازی خیلی مناسب است. باید انیمیشن‌های کوتاه مثل «دیرین‌دیرین»هایی که تولید می‌شود در آموزش‌های خیلی کوتاه زیر دو دقیقه.	PG۲۶
اهمیت شبکه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی محیط‌زیستی	سرعت اطلاع‌رسانی از طریق شبکه‌های مجازی که برای همه اقشار ما فراگیری داشته باشد. شبکه‌های اجتماعی خیلی مهم است. به دلیل اینکه بچه دستش است مامان دستش است رسانه گوش نمی‌کند، روزنامه نمی‌خواند یا همه دارند نگاه می‌کنند از نظر فراگیری و پوشش مخاطبان خوب قطعا شبکه‌های مجازی خیلی مهم است.	PG۲۷
نقش رسانه‌های جریان اصلی در اطلاع‌رسانی محیط‌زیستی	ولی رسانه‌های پرستیژی به قول معروف و رسانه‌هایی مثل مطبوعات و رادیو و تلویزیون رسمی کشور برای آگاه کردن مردم یعنی برای جلب توجه مسئولان بسیار مهم است.	PG۲۸
همگرایی در رسانه‌های سنتی و اجتماعی	همگرایی و در کنار هم بودن تأثیرش می‌تواند بیشتر باشد.	PG۲۹
نقش برجسته رسانه‌های سنتی	اگر الان شما در وزارت علوم اگر در رسانه‌های مجازی یک چیزی به نفع شما نباشد و منتشر شود، ممکن است برای شما خیلی مهم نباشد؛ ولی اگر تو کیهان منتشر شود بلافاصله جواب می‌دهید. از نظر توجه مسئولان به پیام، رسانه‌های سنتی ما قوی‌تر عمل می‌کنند.	PG۳۰

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در ضمن انجام این پژوهش؛ پژوهشگر به برجسب‌های مفهومی متعددی دست یافته است. نکته مهم در این میان این است که این مفاهیم باید مبنایی باشند. یعنی باید پدیده‌های مشابه با یکدیگر طبقه‌بندی شوند؛ در غیر این صورت بین تعداد زیادی مفاهیم گرفتار می‌شویم که نمی‌دانیم با آنها چه کنیم. وقتی که در داده‌ها پدیده‌های خاصی را مشخص کردیم آن‌گاه می‌توانیم مفاهیم را بر محور آنها گروه‌بندی کنیم. این کار تعداد واحدهایی را که باید با آنها کار کنیم، کاهش می‌دهد. روند طبقه‌بندی مفاهیم که به نظر می‌رسد به پدیده‌های مشابه ربط پیدا می‌کنند، مقوله‌پردازی نامیده می‌شود. آن‌گاه به مقوله‌ای که پدیده‌ای را شامل می‌شود یک اسم مفهومی می‌دهیم؛ اما باید توجه داشت که این اسم باید انتزاعی‌تر از اسامی مفهومی باشد که مجموعه آنها مقوله را تشکیل داده‌اند؛ زیرا همان‌گونه که باتسون نیز بیان می‌کند دانش بدون واژه‌هایی که اشیای انتزاعی را نامگذاری کند نمی‌تواند کاری انجام دهد (Sandelands & Drazin, 1989, 457). در این پژوهش نیز تلاش شده است تا علاوه بر شناسایی مفاهیم و مقوله‌ها، استخراج ابعاد و مشخصات مقوله‌ها نیز حتی الامکان از طریق استنباط پژوهشگر از متن مصاحبه‌ها صورت بگیرد. در این مرحله به بیان مقولات دوازده‌گانه برآمده از متون مصاحبه به همراه ابعاد و مشخصات آنها در قالب جدول شماره (۳) می‌پردازیم. برای شناسایی مقولات اصلی در این مرحله مفهومی که اشتراک موضوعی داشتند، کنار یکدیگر قرار گرفتند و مقولات اصلی را شکل دادند که در جدول زیر آمده‌اند:

جدول ۳. مقولات حاصل از مرحله کدگذاری باز

مقولات	مفاهیم برساننده	ردیف
نقش رسانه‌ها در بازتاب محیط‌زیست	اطلاع از برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌های محیط‌زیستی دولت از طریق رسانه (۴)	۱
	استفاده از رسانه برای طرح مسائل محیط‌زیستی کشور (۲۶)	
	انتقاد از عملکرد دولت و مسئولان (۲)	
	اطلاع‌رسانی در زمینه مسائل محیط‌زیستی (۱۱)	
	استفاده از روزنامه نگاران متخصص محیط‌زیستی (۱۲)	
	پرسشگری از مسئولان و پاسخگو کردن آنها (۱۳)	
	نقش رسانه‌ها در تغییر رفتار شهروندان (۵)	
	نقش رسانه در آگاهی بخشی به جامعه در زمینه محیط‌زیست (۵)	
	اطلاع‌رسانی درباره تخریب محیط‌زیست و بزرگ‌نمایی نتایج تخریب محیط‌زیست (۵)	
	آموزش و بسیج انگیزه‌های شهروندان در قبال مسائل زیست‌محیطی (۲۲)	
آموزش از دوران کودکی (۲)	راهکارهایی برای بهبود عملکرد رسانه در حوزه محیط‌زیست	
تأسیس یک رسانه ویژه مسائل محیط‌زیست (۱۳)		
نیاز به استقلال رسانه‌ای (۳)		
نقش بعد شناختی در طرح مسائل محیط‌زیستی (۴)		
آموزش روزنامه‌نگار متخصص محیط‌زیستی (۶)		
رواج روزنامه‌نگاری توسعه (۲)		
آزادی بیان رسانه‌ها (۲)		
مسئول کردن مردم در برابر محیط‌زیست (۱۴)		
اهمیت اعتماد به رسانه (۳)		
استفاده از کارشناسان و افراد متخصص در رسانه (۸)		
نیاز به رویکردهای فرآیندمحور در پرداختن به مسائل محیط‌زیستی (۵)	کژکارکردهای رسانه در طرح مسائل محیط‌زیستی	
نبود خبرنگار متخصص محیط‌زیست (۱۶)		
سانسور رسانه‌های سنتی (۳)		
عدم اعتماد به رسانه‌های رسمی و سنتی (۱)		
نبود بخش مستقل خبری در زمینه اطلاع‌رسانی محیط‌زیستی (۷)		
وابستگی رسانه‌ها به منافع تجاری و دولتی (۱۴)		
رویدادمداری بودن رسانه‌ها در پرداخت به مسائل محیط‌زیستی (۵)		
تخریب افراد در راستای منافع حزبی (۲)		
تبدیل شدن رسانه‌ها به تریبون مسئولان محیط‌زیستی (۳)		
استفاده از سبک‌های قدیمی خبرنگاری (۷)		

نگاه‌گزینی در پرداختن به مسائل محیط‌زیستی (۳)	کژکارکردهای رسانه در طرح مسائل محیط‌زیستی	۳
استفاده‌نکردن از کارشناسان و افراد متخصص (۳)		
طرح‌نکردن مسائل محیط‌زیستی در رسانه (۱۷)		
نبود آموزش خبرنگار محیط‌زیستی (۲)		
نبود امنیت شغلی خبرنگاران (۱)		
رویکرد احساسی رسانه‌ها در طرح مسائل محیط‌زیستی (۵)	نقش رسانه‌های نوین و فضای مجازی در طرح مسائل محیط‌زیستی	۴
سیاه‌نمایی و خبررسانی منفی در پرداختن به مسائل محیط‌زیستی (۴)		
نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی محیط‌زیستی (۲۷)		
تأکید بر محتوای چندرسانه‌ای در پوشش محیط‌زیست (۳)		
استفاده از سبک‌های نوین تولید محتوا (۳)		
آزادی و عدم سانسور در فضای مجازی برای انتشار مطالب محیط‌زیستی (۱)	کژکارکردهای رسانه‌های نوین در طرح مسائل محیط‌زیستی	۵
تولید محتوا بر اساس ذائقه مخاطب فعال (۳)		
حمایت رسانه‌های اجتماعی از رسانه‌های جمعی (۳)		
انتشار محتوای غیردقیق و نادرست در فضای مجازی (۳)		
رواج اسلکتیویسم و کلیکتیویسم در فضای مجازی (۳)		
حمایت رسانه‌های جمعی از رسانه‌های اجتماعی (۱)	نقش رسانه‌های سنتی و جمعی در طرح مسائل محیط‌زیستی	۶
نقش برجسته رسانه‌های سنتی و جمعی در طرح مسائل محیط‌زیستی (۸)		
نقش مقامات دولتی در طرح مسائل محیط‌زیستی (۸)		
نقش فعالان و سازمان‌های مردم‌نهاد در طرح مسائل محیط‌زیستی (۸)		
نقش دانشگاه‌ها و محیط‌های علمی در طرح مسائل محیط‌زیستی (۵)		
نقش رهبران فکری در حل مشکلات محیط‌زیستی (۳)	نقش سیاست‌گذاری رسانه‌ای	۷
نقش مدیران رسانه‌ای و سردبیران در طرح مسائل محیط‌زیستی (۱)		
همگرایی بین نهادهای مختلف (۹)		
نقش مؤثر برجسته‌سازی در طرح مسائل محیط‌زیستی (۱۴)		
نقش تأثیرگذارتر برجسته‌سازی در کوتاه‌مدت (۷)		
نقش برجسته‌سازی در آموزش به مردم (۲)	نقش برجسته‌سازی در طرح مسائل محیط‌زیستی	۸
برجسته‌سازی همراه با چهارچوب‌سازی (۲)		
نقش برجسته‌سازی معکوس در طرح مسائل محیط‌زیستی (۱)		
توجه به برجسته‌سازی شبکه‌ای (۳)		
استفاده از روش‌های مختلف برای ارائه مطالب محیط‌زیستی (۷)		
مکمل‌بودن رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی در اطلاع‌رسانی محیط‌زیستی (۹)	استفاده از روش‌های مختلف رسانه‌ای	۹

ب) کدگذاری محوری

این مرحله از پژوهش به ترکیب و تلفیق مقولات حاصل شده از مرحله کدگذاری باز در قالب این شش جزء اختصاص دارد. مقوله اصلی به دست آمده از تلفیق مقولات فرعی دوازده‌گانه مرحله قبل (کدگذاری باز) به شرح جدول و شکل زیر هستند:

جدول ۴. مقولات اصلی و فرعی پژوهش

-	-	حاکمیت و دولت	نهادهای تأثیرگذار در مدیریت شرایط محیط‌زیستی
-	-	سازمان‌های مردم‌نهاد	
-	-	مردم	
-	-	دانشگاه‌ها	
-	رسانه‌های نوین و فضای مجازی (نقش تأثیرگذارتری دارند)		
استفاده از خبرنگار تخصصی آموزش و بسیج شهروندان پاسخگو کردن مسئولان تأسیس رسانه محیط‌زیستی برجسته‌سازی مسائل محیط‌زیستی طرح مسائل محیط‌زیستی اطلاع‌رسانی محیط‌زیستی	رسانه‌های جمعی	رسانه	

قبل از ترسیم الگوی محوری به دست آمده از این مقولات شش‌گانه، توضیح مختصری از این مقولات ضروری به نظر می‌رسد:

مقوله اصلی اول - شرایط علی مسائل و معضلات محیط‌زیستی: این مقوله ریشه و محرک مقوله اصلی دوم، یعنی ایجاد بحران‌های زیست‌محیطی خوزستان محسوب می‌شود. همان‌گونه که در جدول شماره (۴) نشان داده شده است عامل بحران و معضلات زیست‌محیطی ریشه در علت طبیعی و انسانی دارد. به این دلیل که عامل انسانی تأثیرگذارتر از حوادث طبیعی است می‌توان مدعی شد که حاکمیت با فراهم‌ساختن و تعبیهٔ مواردی چون: غفلت از محیط‌زیست در برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان کشور، نبود مسئول محیط‌زیستی کارآمد، نگاه سیاسی، اقتصادی و امنیتی به محیط‌زیست و سرکوب فعالان محیط‌زیستی بیشترین نقش و عامل بحران‌های زیست‌محیطی در زمانه حاضر بوده است.

مقوله اصلی دوم - پدیده محوری مسائل و معضلات محیط‌زیست: پدیده محوری که این پژوهش برای بررسی و مطالعه آن صورت گرفته، طرح معضلات و بحران‌های زیست‌محیطی استان خوزستان و دست‌یافتن به توسعه پایدار است. تمامی مقولات

پنجگانه دیگر نیز در خصوص این مقوله معنا و مفهوم می‌بایند و به کنترل و اداره کردن آن معطوف می‌شوند. اساسی‌ترین کارکرد رسانه‌ها نیز باید در خدمت این پدیده قرار بگیرد. این انتظار وجود دارد که رسانه‌های جمعی و نوین منجر به شکوفایی توسعه پایدار محیط‌زیست شوند.

مقوله اصلی سوم - شرایط میانجی شکوفایی توسعه پایدار در عرصه محیط‌زیست: پنج دسته مقوله حاکمیت و دولت، سازمان‌های مردم‌نهاد، مردم، دانشگاه و رسانه عوامل تسهیل‌کننده‌ای هستند. یکی از کارکردهای این عوامل میانجی فراهم‌سازی شرایط توسعه پایدار است.

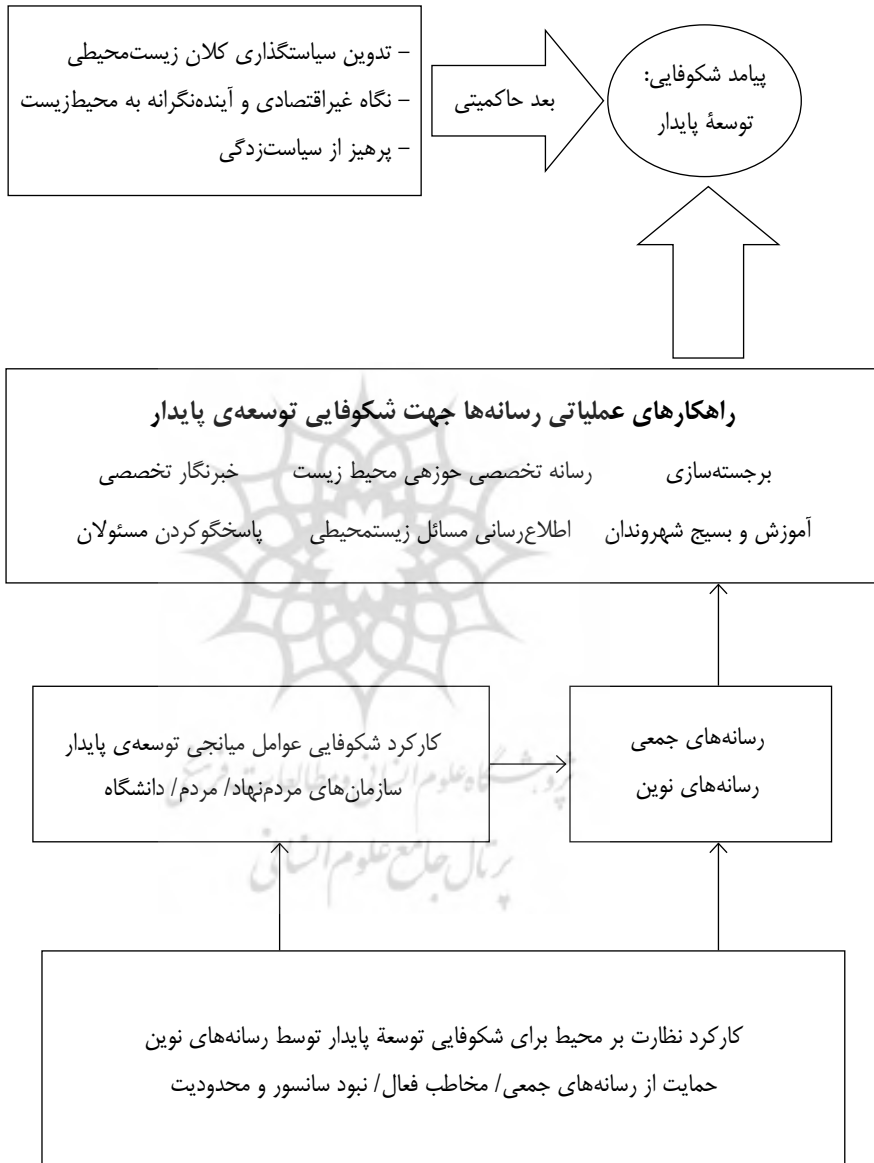
مقوله اصلی چهارم - زمینه شکوفایی توسعه پایدار در عرصه محیط‌زیست: شکوفایی توسعه پایدار در عرصه محیط‌زیست از بستر و زمینه زندگی آدم‌ها جدا نیست؛ بنابراین عامل مهمی که در شکوفایی توسعه پایدار در عرصه محیط‌زیست نقش بسزایی دارد، بستر و زمینه مناسب حاکمیت و دولت است. باتوجه به اینکه یکی از آسیب‌های وضع موجود که از تحلیل محتوا و پژوهش‌های پیشین حاصل شد ناشی از مطالبه‌گری از مسئولان و حاکمیت است و همچنین از میان عوامل انسانی تخریب محیط‌زیست، دولت و حاکمیت بیشترین نقش را دارند، یکی از زمینه‌های اصلی شکوفایی توسعه پایدار در خود حاکمیت نهفته است.

مقوله اصلی پنجم - استراتژی شکوفایی توسعه پایدار در عرصه محیط‌زیست: این مقوله به راهبردهای (استراتژی‌های) ایجادشده برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده محوری شکوفایی توسعه پایدار اختصاص دارد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد برای شکوفایی توسعه پایدار و حل و طرح مشکلات زیست‌محیطی هفت راهبرد استفاده از خبرنگار تخصصی، آموزش و بسیج شهروندان، پاسخ‌گودادن مسئولان، تأسیس رسانه محیط‌زیستی، برجسته‌سازی مسائل محیط‌زیستی، طرح مسائل محیط‌زیستی، اطلاع‌رسانی محیط‌زیستی در رسانه‌های جمعی شایان توجه است.

مقوله اصلی ششم - پیامد شکوفایی توسعه پایدار در عرصه محیط‌زیست: اگر حاکمیت و دولت کارکردهای خود را برای فراهم‌سازی شرایط میانجی و زمینه‌ای برای شکوفایی قابلیت‌های انسانی و توسعه پایدار ایفا کند و رسانه‌های جمعی و نوین استراتژی مناسب را نیز باتوجه به آماده‌بودن شرایط اعمال کند، می‌توان امید داشت همه این کارکردهایی که برای کنترل و اداره پدیده محوری صورت گرفته است، منجر به پیامد نهایی فعلیت یافتن توسعه پایدار و حل مسائل و مشکلات زیست‌محیطی خوزستان شود. باتوجه به توضیحاتی که درباره این شش مقوله اصلی و زیرمجموعه‌های آنها

تبیین سیاست‌های رسانه‌ای ایران در قبال مسائل زیست‌محیطی از منظر صاحب‌نظران

تحت‌عنوان مقولات دوازده‌گانه داده شد، در این مرحله از پژوهش، به ترسیم الگوی محوری شکوفایی توسعه پایدار بر اساس پارادیم گفته‌شده می‌پردازیم:



نمودار کارگزار (حاکمیت و دولت)

با توجه به اینکه در مطالعات ارتباطات و توسعه، مقوله محیط‌زیست موضوعیت و محوریت یافته و به یکی از مولفه‌های اصلی توسعه پایدار تبدیل شده است و نظر به اینکه رسانه‌ها نقشی ویژه در نظارت و اطلاع‌رسانی در محیط دارند، بر این اساس هرگونه برنامه‌ریزی نیازمند به آینده‌اندیشی ارتباطی است. از این رو، پژوهشگران با مطالعه وضع موجود در صدد تبیین ادبیات موضوع برآمد و ارائه مدل ارتباطی و سیاست‌گذاری محیط‌زیست را پی گرفتند. با چنین ملاحظه‌ای و با توجه به مسئله پژوهش، ارتباطات زیست‌محیطی را در قالب کارکردگرایی و سیاست رسانه‌ای ارائه کرده‌ایم تا بتوانیم نظمی در بیان و صورت‌بندی آنها برقرار کنیم. پس از مراجعه به پیشینه پژوهش و مبانی نظری در گام اول که منجر به ارائه یک الگوی اولیه شد، در گام دوم از طریق مصاحبه عمیق نیمه‌استاندارد یا نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و افراد دارای تجربه در حوزه رسانه و محیط‌زیست و کدگذاری داده‌های حاصل از آنها؛ عناصر کلیدی مانند مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها برای طراحی الگوی مطلوب استخراج شد.

یافته‌های پژوهش در وضع موجود با تحقیقات غریب‌زاده (۱۳۸۹)، محبوبی (۱۳۹۲)، خوشحالی (۱۳۹۵) و شریفی (۱۳۹۵) هم‌خوانی دارد. اطلاع‌رسانی رسانه درباره تخریب محیط‌زیست، ضمن اینکه منبعی مهم برای سیاست‌گذاران است، می‌تواند منبعی مهم برای عامه مردم باشد تا در کنار سیاست‌مداران برای کاستن از این خطرات چاره‌اندیشی کنند. پاسخ‌گویان در این مهم اشتراک نظر دارند که به‌طور قطع مهم‌ترین عاملی که در حفظ و حراست از محیط‌زیست نقش اول و اساسی را بازی می‌کند، بسیج و تحریک انگیزه‌های مردمی است و چه انگیزه‌های بالاتر از این آگاهی و شناخت برای عموم که بقای آنها بسته به محیط‌زیست سالم است و در این زمینه، رسانه‌ها توانایی ایجاد این انگیزه را بین مردم در سطح وسیع دارند. این در حالی است که کمتر شاهد بوده‌ایم رسانه‌ها درباره محیط‌زیست اطلاع‌رسانی کنند و رسانه ملی که باید بیشترین نقش را در این امر داشته باشد، کمترین توجه را در مورد محیط‌زیست دارد (کهرم، ۱۳۹۵). پس اطلاع‌رسانی رسانه درباره تخریب محیط‌زیست، ضمن اینکه منبعی مهم برای سیاست‌گذاران است، منبعی مهم برای عامه مردم نیز هست تا در کنار سیاست‌مداران برای کاستن از این خطرات چاره‌اندیشی کنند. سرانجام، ترکیب این دو ویژگی ارتباطات زیست‌محیطی، یعنی شکل‌دهی فعالانه به ادراک ما و پراگماتیک‌بودن آن، عموم را به سوی آموزش‌های زیست‌محیطی هدایت و از آنها برای کنش‌گری به‌منظور حل این مشکلات دعوت و پشتیبانی می‌کند (Cox, 2007: 24).

حال که پذیرفتیم چنین بُعد تمایزی در محیط‌زیست وجود دارد باید به مبحث اصلی یعنی شکوفایی توسعه پایدار محیط‌زیست پردازیم. آنچه باعث تحقق توسعه پایدار در محیط می‌شود شکوفایی متوازن و پرهیز از هرگونه رشد نامتوازن این قابلیت‌ها است. بنابراین شکوفایی و ترویج قابلیت‌های توسعه پایدار که بر اساس الگو در محیط‌زیست نمود پیدا می‌کند در بخش کارگزاری مدل ارائه‌شده باید به صورت متوازن و متعادل در تمامی ابعاد، شئون و قابلیت‌های مختلف صورت بگیرد. تحقق توسعه پایدار نیازمند فراهم‌سازی زمینه، وجود شرایط علی، وجود مؤلفه‌های تسهیل‌کننده و به‌کارگیری راهبرد مناسب است. کارکرد رسانه نیز دقیقاً در این حوزه است. فراهم‌سازی رشد و بالندگی کارگزار به تنهایی مطلوب نیست و توسعه پایدار را محقق نمی‌سازد؛ زیرا هرچند از میان رفتن موانع مفید و ضروری است؛ اما اگر عوامل تسهیل‌کننده دیگری وجود نداشته باشند عملاً توسعه پایدار رخ نخواهد داد. بنابراین رسانه کارکرد مهم دیگری هم ایفا می‌کند و آن فراهم‌سازی عوامل میانجی است. در الگوی طراحی شده سه مقوله فرعی برای این مقوله اصلی شناسایی شده است که عبارتند از: سازمان‌های مردم‌نهاد، درگیرکردن مردم و افزایش حساسیت دانشگاه درباره مسائل زیست‌محیطی. سرانجام آنچه که از پیوند خجسته ساختار و کارگزار حاصل می‌شود، تأکید بر توسعه پایدار است و تنها از این دریچه است که جاده ناهموار محیط‌زیست هموار می‌شود و اصول توسعه پایدار در مدل پیاده می‌گردد.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مأخذ

- دبیر سپهری، م (۱۳۸۴). **مروری بر گزارش سال ۲۰۱۰ شاخص پایداری زیست‌محیطی، تحولات اقتصادی و همکاری‌های بین‌المللی**. پیش‌شماره ۰۲.
- استراس، آنسلم؛ کوربین، جولیت (۱۳۸۵). **اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌های مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها**. ترجمه بیوک محمودی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- خوشحالی، زهرا سادات (۱۳۹۵). **نقش رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای فرهنگ زیست‌محیطی در جامعه (خبرنگاران حوزه محیط‌زیست)**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. رشته علوم ارتباطات اجتماعی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.
- دانایی‌فرد، حسن و زینب مظفری (۱۳۸۷). «ارتقای روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مدیریتی: تأملی بر استراتژی‌های ممیزی پژوهشی». **پژوهش‌های مدیریت**. شماره ۱: ۱۶۲-۱۳۱.
- دروین، برند، لارنس گراسبرگ، بابارچی اوکیف و الن وارنلا (۱۳۸۸). **بازنگری در ارتباطات: مسائل مربوط به نگاره‌ها**. ترجمه محمود صدقی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ستوده، احد و فرزاد پوراصغر سنگاچین (۱۳۸۹). «بررسی گزارش‌های شاخص‌های پایداری و عملکرد محیط زیست در سالهای ۲۰۰۵، ۲۰۰۶ و ۲۰۰۸ و جایگاه ایران». **فصلنامه محیط‌زیست و توسعه**. شماره ۱: ۶۷-۵۱.
- شریفی، زینب (۱۳۹۵). **رسانه‌ها و توسعه پایدار؛ تبیین مؤلفه‌های روزنامه‌نگاری محیط‌زیست و آرایه مدل مطلوب برای مطبوعات ایران (از نگاه استادان ارتباطات و محیط‌زیست، مدیران و فعالان محیط‌زیست)**. رساله دکتری تخصصی رشته علوم ارتباطات اجتماعی. دانشکده علوم انسانی و اجتماعی. گروه علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد علوم تحقیقات تهران.
- شریفی، زینب (۱۳۹۹). **روزنامه‌نگاری محیط‌زیست**. تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- غریب‌زاده، زینب (۱۳۸۹). نقش تلویزیون در ارتقای فرهنگ زیست‌محیطی مردم (بررسی دیدگاه‌های متخصصان ارتباطات و محیط‌زیست). **پایان‌نامه کارشناسی ارشد**. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.
- کیا، علی‌اصغر و مهدی رشکیانی (۱۳۸۵). **مبانی برجسته‌سازی رسانه‌ها**. تهران: انتشارات سازمان معین ادوات.
- محبوبی، لیا (۱۳۹۲). **جایگاه روزنامه‌نگاری محیط‌زیست در مطبوعات ایران: بررسی چگونگی بازتاب رویدادهای زیست‌محیطی سال ۱۳۸۹ در سه روزنامه سراسری ایران**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات. دانشگاه علامه طباطبائی.
- محرمنژاد، ناصر و عمران حیدری (۱۳۸۵). «تدوین الگوی مدیریتی توسعه پایدار آموزش محیط‌زیست برای نسل جوان کشور». **فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط‌زیست**. شماره ۱: ۷۷-۶۸.
- معمدنژاد، کاظم (۱۳۸۲). **روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر**. تهران: نشر سپهر.
- هیج، ماری. جو (۱۳۸۵). **تئوری سازمان**. ترجمه حسن دانایی‌فرد. تهران: نشر افکار.
- هومن، حیدرعلی (۱۳۸۹). **راهنمای عملی پژوهش کیفی**. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

پایگاه‌های اینترنتی

پایگاه اینترنتی شاخص عملکرد محیط‌زیست، به نشانی epi.yale.edu

کهرم، اسماعیل (۱۳۹۵). بی‌توجهی رسانه ملی به محیط‌زیست، پایگاه خبری-تحلیلی زیست بوم. بازیابی: <http://31819http://zistboom.ir/fa/news/> به تاریخ ۱۲ اردیبهشت ۱۳۹۵.

Cox, Robert (2007). Nature's "crisis disciplines": Does environmental communication have an ethical duty? **Environmental Communication**, 1.1.

Depoe, S. (2007), "environmental communication as nexus", **Environmental Communication**, Vol. 1, No. 1, pp.1-4.

Hansen, Anders (2010). **Environment, Media and Communication**. Routledge: taylor & francis group, London And New York.

Jurin, Richard R. Donny Roush, Jeff Danter (2010), **Environmental Communication: Skills and Principles for Natural Resource Managers, Scientists, and Engineers**. New York, Springer.

OECD (1999). Environmental Communication; Applying Communication Tools towards Sustainable Development, working paper of the working party on Development Cooperation and Environment.

Sandelands, Lloyd; Drazin, Robert (1989); "On the language of organization theory". **Organization studies**; Vol 10(4); pp 457-477.

Verhoven, Harry (2018). **Environmental Politics in the Middle East; Legal Struggles, Global Connection**. London: Hurst & Company.