

Identification of Effective Media Strategies on the Water Governance System of the Zayandeh River

Hossein Hamed Iraj

Master's degree student, Department of Communication Sciences, Shahinshahr Branch, Islamic Azad University, Shahinshahr, Iran

Email: Iraj1321@gmail.com

Narges Atrian

Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Shahin Shahr Branch, Islamic Azad University, Shahin Shahr, Iran (Corresponding author).

Email: na.atrian@gmail.com

Abstract

Considering the role of the media in improving the performance of the water governance system of the Zayandeh River basin, achieving effective media strategies to enter the correct water governance has been determined as the main goal of this research. Information was collected through semi-structured interviews and the snowball sampling method, and the selected statistical population is 28 experts and experts of the public media of Isfahan city and managers and experts related to the water domain. By using the SWAT model and analyzing the findings, as well as the appropriate strategy obtained in this research, i.e., "conservative strategy," the summary of the strategies obtained as the main results is: the use of social networks to analyze and explain the challenges Abhi, using the capabilities of the media for creative media productions on the issue of water and dealing with specialized issues of water instead of politicizing the issue, choosing a strong media in the field of water and supporting it comprehensively, forming a media think tank with the aim of creating convergence, using the ability of the media to create cooperation between the provinces involved in Zayandeh Rood to prevent the emergence of ethnic differences, to create a specialized discourse between experts, and sometimes with the audience.

Keywords: strategy, media, media strategy, water governance, governance system.



شناسایی راهبردهای رسانه‌ای مؤثر بر نظام حکمرانی آب زاینده رود

حسین حامد ایرجی

دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه علوم ارتباطات، واحد شاهین شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهین شهر، ایران.
Email: Iraj1321@gmail.com

نرگس عطریان

استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد شاهین شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهین شهر، ایران (نویسنده مسئول).
Email: na.atrian@gmail.com

چکیده

نظر به نقش رسانه‌ها در بهبود عملکرد نظام حکمرانی آب حوزه زاینده رود، دستیابی به راهبردهای رسانه‌ای مؤثر جهت ورود به حکمرانی صحیح آب به عنوان هدف اصلی این پژوهش تعیین گردیده است. گردآوری اطلاعات با مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و به روش نمونه‌گیری گلوله برفی بوده و جامعه آماری منتخب، ۲۸ نفر از کارشناسان و خبرگان رسانه‌های عمومی شهر اصفهان و مدیران و کارشناسان مرتبط با حوزه آب است. با استفاده از مدل سوات و تجزیه و تحلیل یافته‌ها و همچنین استراتژی مناسب به دست آمده در این تحقیق یعنی «استراتژی محافظه کارانه» خلاصه راهبردهای به دست آمده به عنوان نتایج اصلی عبارتند از: استفاده از شبکه‌های اجتماعی به منظور واکاوی و تبیین چالش‌های آبی، استفاده از توانمندی‌های رسانه‌ها برای تولیدات خلاقانه رسانه‌ای در موضوع آب و پرداخت به موضوعات تخصصی آب به جای سیاسی نمودن موضوع، انتخاب یک رسانه قوی در حوزه آب و حمایت همه‌جانبه از آن، تشکیل اتاق فکر رسانه‌ای باهدف ایجاد همگرایی، استفاده از توانمندی رسانه‌ها برای ایجاد همکاری استان‌های درگیر زاینده رود برای جلوگیری از بروز اختلافات قومیتی، ایجاد گفتمان تخصصی بین کارشناسان و گاهی با مخاطب. **کلیدواژه‌ها:** راهبرد، رسانه، استراتژی رسانه، حکمرانی آب، نظام حکمرانی.



مقدمه و بیان مسئله

هرچند ایران از دیرباز با مشکل کم آبی روبه‌رو بوده، اما این مشکل در سال‌های اخیر به بحران کمبود آب تبدیل شده است. امروزه این نگرش وجود دارد که مشکل اصلی کمبود آب، پیامد حکمرانی نامطلوب است و راهکار اصلی، بازنگری در نظام مدیریت آب است. لذا پژوهش حاضر در صدد است تا به‌عنوان موضوع نوین و فعالیت نوآورانه به آن ورود یافته و به این سؤال پاسخ دهد چه راهبردهای رسانه‌ای مؤثر بر نظام حکمرانی آب زاینده رود می‌توان ارائه نمود؟ حکمرانی آب به طیفی از سیستم‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و اداری گفته می‌شود که منابع و سیستم‌های انتقال آب را در سطوح مختلف جامعه مدیریت کرده و توسعه می‌دهد. از این‌رو حکمرانی آب بیشتر در مورد روش‌های تصمیم‌گیری است. یکی از دلایل ناکامی در مسیر توسعه، نداشتن الگوی بومی برای حکمرانی متناسب با ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی ایران است (اسکویی و اسماعیلی، ۱۴۰۰). با وجود اینکه در زمینه ارزیابی پایداری نظام‌های حکمرانی آب، الگوها و رهیافت‌های گوناگونی ارائه شده است، تعیین اینکه کدام الگو نسبت به سایر الگوها برتری دارد کار دشواری است، چرا که در عرصه‌های متنوع اجتماعی-بوم‌شناختی، نظام‌های مختلف حکمرانی وجود دارد. این تفاوت باعث شده است که واژه جدید «حکمرانی متناسب» به ادبیات حکمرانی آب وارد شود (Rijke, J & et al., 2012). در سال‌های اخیر همگام با رشد جمعیت و وقوع تغییرات و نوسانات اقلیمی، مشکل کمبود آب در کشور تشدید شده و پیامدهای منفی اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی این بحران در مناطق مرکزی کشور به‌ویژه حوضه زاینده رود بسیار تأثیرگذار بوده است (Newson, 2008, p. 162). خشک شدن رودخانه زاینده رود و تالاب گاوخونی از مهم‌ترین نگرانی‌های زیست محیطی است که باعث بروز برخی بحران‌های اجتماعی شده است (صفوی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۲). در حکمرانی نوین آب، سلامت و یکپارچگی رودخانه، محور اصلی همه تصمیم‌گیری‌ها است. در برنامه جامع حکمرانی آب که هدف آن تضمین ادامه حیات و یکپارچگی رودخانه است، تمامی ذی‌نفعان و نمایندگان آن موظف به پایش مستمر وضعیت رودخانه هستند. حکمرانی خوب رودخانه، تمامی استان‌های مجاور را ملزم می‌کند که پارلمان واحد حوضه رودخانه را با مشارکت نمایندگان منتخب ذی‌نفعان به نسبت جمعیت و تاریخچه حقبه هر استان تشکیل دهند و تصمیم‌سازی‌ها و تنظیم قوانین و مقررات بهنگام منطقه‌ای در این پارلمان صورت پذیرد (خاتون‌آبادی، ۱۳۹۳).

در رویکرد حکمرانی خوب، با شفاف‌سازی امور، حکمران ناگزیر به پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری است که حاکمیت قانون، اعتماد، مشارکت و انسجام را به همراه خواهد داشت (پور عزتی و طاهری عطار: ۱۳۸۹). در این راستا رسانه‌ها می‌توانند به دولتمردان و بازیگران سیاسی اجازه تخطی و سلطه‌طلبی نداده و در جهت حکمرانی خوب به آن‌ها یاری رسانند (حس‌پور و آقاجانی: ۱۳۹۳). حکمرانی خوب در زمینه حل معضلات زاینده رود نیازمند حکمرانی مشارکتی است. حکمرانی مشارکتی مبتنی بر نظریه حکمرانی است که بر مشارکت مردمی تأکید می‌کند (Fischer, 2012). حکمرانی مشارکتی به دلیل فواید زیادی که دارد همواره مورد نظر دولتمردان و اندیشمندان بوده است (میرباقری و همکاران، ۱۴۰۱). سیاست‌های کلی نظام نیز به سیاست‌گذاری‌های راهبردی و مشارکت‌جویی‌های مردمی تأکید دارد. مثلاً تدوین برنامه جامع به‌منظور رعایت تناسب در اجرای طرح‌های سد و آبخیزداری و آبخوان‌داری و شبکه‌های آبیاری و تجهیز و تسطیح اراضی و حفظ کیفیت آب و مقابله با خشکسالی و پیشگیری از سیلاب و بازچرخانی و استفاده از آب‌های غیرمتعارف و ارتقای دانش و فنون و تقویت نقش مردم در استحصال و بهره‌برداری، از جمله سیاست‌های کلی در خصوص حکمرانی آب است. همچنان مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در خصوص لزوم دارا بودن رویکرد مردمی و مشارکتی در حکمرانی می‌فرماید: «دولتمردان به مسئولین یک ساز و کارهای مختلفی ارائه کنند و مدلهایی برای کار در بخش‌های مختلف را پیش بگیرند که بتوانند از نظرات مردمی استفاده کنند و در حقیقت مردم را در امور کشور شریک کنند و مردم را هم در عمل و هم در اقدام شریک کنند» (خامنه‌ای، بیانات، ۱۴۰۱/۱۰/۱۲).

پردازش حکمرانی مطلوب با توسل به آموزه‌های اسلامی به‌عنوان یک ضرورت مدیریتی و سیاستی در جامعه ایران مطرح است (کميجانی و عیوضی، ۱۴۰۲: ۳۸۲) در عرصه سیاسی، وسایل ارتباط جمعی نقش غیر قابل انکار و مؤثری دارند: «از بسیج عمومی و جهت‌دهی افکار جمعی تا کمک به شیوه‌های حکومت‌داری، نظارت بر عملکرد و کارکردهای آرمان‌های دولتی، تقویت نهادهای مدنی، ترغیب شهروندان به مشارکت گسترده ملی، تحریک احساسات ملی- سیاسی جامعه، پیام و مطالبات مردم به دولت» (رحمان‌زاده، ۱۳۸۹).

تنوع سلیقه‌های مخاطبان ایرانی و وجود خرده فرهنگ‌های متعدد در اقصی نقاط کشور یکی از دلایل تأسیس شبکه‌های استانی بوده است (پورعزت و قلی‌پور، ۱۳۸۷). رسانه‌ها، با بهره‌گیری از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های گسترده اطلاع‌رسانی و

آگاهی‌بخشی، ابزار مؤثری در جهت حفظ تعادل، بقا و حیات جامعه قلمداد می‌شوند (جوانمرد و غلامپور، ۱۳۹۳). عدم توجه به مطالعات آینده‌نگرانه، پیامدها و آسیب‌های خود را به همراه خواهد داشت. از آن جمله می‌توان به آمادگی نداشتن مسئولان در برخورد چالش‌های احتمالی، برخورد انفعالی کارگزاران امور رسانه در تقابل با تبعات نامطلوب رسانه‌ها، ناآگاهی متولیان نسبت به زیرساخت‌های موردنیاز گسترش سواد رسانه‌ای، تحلیل خودباوری مردمی، تحول فرهنگ و باورهای مذهبی و ملی و تحول در سبک زندگی و ... اشاره نمود (قربانی و وصالی، ۱۴۰۲: ۸۳). رسانه‌ها واسطه و میانجی بین آگاهی‌های فردی و ساختارهای گسترده‌تر اجتماعی و سازنده معنا هستند (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۹-۱۰). تعیین نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت‌های رسانه‌های عمومی شهر اصفهان بر عملکرد نظام حکمرانی آب حوضه زاینده رود اهدافی هستند که پژوهش به دنبال شناسایی آن‌هاست. به عبارتی مسئله اصلی در این پژوهش شناسایی راهبردهای رسانه‌ای مؤثر در ارتباط با عملکرد نظام حکمرانی آب زاینده رود است.

در این پژوهش از روش کیفی استفاده شده است؛ جامعه مورد مطالعه اصحاب رسانه‌ای و کارشناسان حوزه آب زاینده رود مشتمل بر مدیران رسانه صدا و سیما، مرکز اصفهان، خبرنگاران و روزنامه‌نگاران شهر اصفهان، فعالان فضای مجازی در حوزه آب، کارشناسان ادارات آبفا و آب منطقه‌ای و استادان دانشگاه فعال در حوزه آب شهر اصفهان بوده‌اند. افراد نمونه با روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده و تعداد افراد مصاحبه شونده ۲۸ نفر و ملاک توقف نمونه‌گیری اشباع نظری بوده است. با توجه به اطلاعات گردآوری شده، به بررسی استراتژی‌های رسانه‌های عمومی شهر اصفهان و تأثیر آن بر حکمرانی آب حوضه زاینده رود پرداخته، سپس برای تجزیه و تحلیل از مدل سوات استفاده شده است. سپس برای تکمیل اطلاعات به دست آمده، با وزندهی یافته‌ها به تکمیل ماتریس سوات و در نهایت به ارائه راهبردهای مناسب پرداخته شده است.

۱. پیشینه پژوهش

نبی افجندی و شریف‌زاده (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان: «ارزیابی عملکرد حکمرانی آب در زیرحوضه‌های زاینده رود: تحلیل مقایسه‌ای زیرحوضه‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری» بیان کرده‌اند که پیچیدگی‌های مدیریت منابع آب محدود، مقوله حکمرانی را از اهمیت زیادی برخوردار ساخته است. بسیاری از چالش‌های

مدیریتی این منبع حیات مربوط به شرایط کم آبی نیست و بیشتر متأثر از پیامد حکمرانی نامطلوب است. نتایج حاکی از آن بوده است که ظرفیت انطباق‌پذیری در حوضه زاینده رود و دو زیرحوضه آن پایین است. حوضه و زیرحوضه‌ها عملکرد ضعیفی در رابطه با ظرفیت تاب‌آوری و انطباق دارند و توانایی آن‌ها برای مقابله با چالش‌ها پایین است.

طالبی صومعه‌سرایی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان: «جامعه‌شناسی یک بحران: آسیب‌شناسی اجتماعی بحران آب در حوضه آبریز زاینده رود» بیان کرده‌اند که حوضه آبریز زاینده رود به‌عنوان تنها رودخانه دائمی و پرآب فلات مرکزی در خطه جمعیتی پرتراکم و اقلیم خشک و نیمه خشک است. در این حوضه به دلیل مدیریت و نظارت تاریخی دقیق، مسائل اجتماعی تقسیم آب به ندرت مشهود بود. نتایج نشان داده است که حکمرانی آب در حوضه زاینده رود برآمده از شکاف‌های مختلفی از جمله شکاف اجرایی، شکاف هدف‌گذار، شکاف سیاستی، شکاف اطلاعاتی، شکاف ظرفیتی، شکاف سرمایه‌گذاری و شکاف مسئولیت‌پذیری است.

آستانه و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان: «تدوین الگو به‌منظور ظرفیت‌سازی اجتماعی و جامعه‌پذیری بحران آب» بیان کرده‌اند که هدف پژوهش حاضر، ارائه الگویی راهبردی برای ظرفیت‌سازی اجتماعی و جامعه‌پذیری مردم نسبت به مسائل بحران آب است. شرایط علی در جامعه‌پذیری بحران آب شامل ضعف علمی و آموزشی، نبودن خبرگی، نداشتن تعهد در مسئولیت، توانمند نکردن افکار عمومی، بی‌اعتمادی، پنهان‌کاری و دروازه‌بانی سلیقه‌ای، نبودن دموکراسی رسانه‌ای، سیاست‌گذاری نامناسب رسانه‌ای، وجود نارضایتی اجتماعی، سرمایه اجتماعی پایین، گذار از سنت به مدرنیته و توان ارتباطی پایین بود. همچنین راهبردهای پژوهش عبارت‌اند از: ایجاد رسانه‌های خصوصی، اعتمادآفرینی، ارتقای سرمایه اجتماعی، اجتماعی‌کردن بحران آب و افزایش مطالبه‌گری، خلق گفت‌وگو و احیای فرهنگ منزلت آب، تعامل با رسانه‌ها، ایجاد نظام تشویق و تنبیه، آموزش و افزایش سواد آبی، رویکرد علم‌محور، استفاده از تاکتیک‌های رسانه‌ای، انتخاب رسانه اثرگذار و برقراری ارتباطات اثربخش که در سه مرحله کدگذاری به دست آمده است. النعیمی و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان: «مروری بر ابعاد آب، امنیت و حکمرانی دو منطقه متفاوت» بیان کرده‌اند که کشورهایی مانند کانادا از منابع آبی فراوان برخوردار هستند، درحالی‌که کشورهای خشکی مانند قطر برای تأمین نیازهای

آبی خود تلاش می‌کنند. ولی تهدیدات تغییر اقلیم منابع آب هر دو منطقه آب و هوایی مشابه است. منابع آب کانادا در برابر تغییرات آب و هوایی آسیب‌پذیر به نظر می‌رسد، زیرا پیش‌بینی می‌شود که دمای این کشور ۰/۶ درجه سانتی‌گراد بالاتر از میانگین جهانی خواهد بود قطر در برابر طوفان و بالا آمدن سطح آب دریاها بسیار آسیب‌پذیر است و حداکثر دمای آن در تابستان به ۵۰ درجه سانتی‌گراد می‌رسد و در زمستان هم سیل را در پیش دارد. استفاده پایدار از منابع آب نیازمند توجه به ابعاد اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، تغییرات اقلیمی و زیست محیطی آب است. تبخیر و تعرق زیاد (حدود ۹۵ درصد از کل بارندگی)، کاهش آب‌های زیرزمینی و بهره‌وری پایین کشاورزی به دلیل زمین‌های غیر حاصل‌خیز و کمبود آب، باعث شده امنیت غذایی از بین برود. استفاده پایدار از منابع آب مستلزم مقرراتی برای حاکمیت و مدیریت آب است (Abbas, Al-Naemi, Farooque, & Phillips, 2023).

آگویی و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان: «بررسی علمی ایمنی آب و حکمرانی آب» بیان کرده‌اند که ایمنی آب و حاکمیت آب از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند، زیرا آب یک منبع حیاتی و محدود است که برای فرایندهای اکولوژیکی، بقای انسان و توسعه اقتصادی و اجتماعی ضروری است و نیاز به همکاری و کار هماهنگ همه عوامل مرتبط دارد. برای پرداختن به این موضوع، یک تحلیل علم‌سنجی برای شناسایی مشارکت‌های اصلی در این زمینه انجام داده‌اند زیرشاخه‌های اصلی شناسایی شده شامل ساختارها و ظرفیت‌های حکمرانی اجتماعی، مدیریت آب آشامیدنی و زمین‌شناسی اجتماعی- هیدروژئولوژی و حکومت مشارکتی است (Aguirre & Paredes, 2023).

استوارت و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان: «گونه‌شناسی درگیری‌های حاکمیت آب‌های متلاطم در شمال شرقی برزیل» بیان یک نوع تضاد آب را بررسی کرده و برخی از اصول برنامه‌ریزی و مدیریت منابع آب را مورد بحث قرار داده‌اند و برای نشان دادن این گونه‌شناسی، دوازده مورد تاریخی درگیری آب را شناسایی کرده‌اند؛ تضادها به ویژگی‌های مؤلفه‌ای مانند محرک‌ها، بازیگران، طول، منطقه پوشش، عرصه میانجی‌گری و سایر اطلاعات مفید تفکیک شده است در نهایت به این نتیجه رسیده‌اند که این گونه‌شناسی تضاد آب می‌تواند به‌عنوان یک ابزار تحلیلی باشد و نمای چشم‌پرنده (دید از بالا) را نشان می‌دهد.

آنگست (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان: «مطالعه رسانه‌ای و فعالیت سازمانی شبکه‌های حاکمیت آب سوئیس» حاکمیت آب سوئیس را به‌عنوان شبکه‌ای از

مسائل مرتبط با یکدیگر تحلیل می‌کند. نحوه انعکاس روابط بین مسائل حاکمیتی سازمان‌ها با نحوه نمایش موضوع با رسانه‌ها (مطابقت توجه و فعالیت) مقایسه می‌شود. برای انجام این کار، تجزیه و تحلیل داده‌های رسانه‌ای، توسط یادگیری ماشین پشتیبانی می‌شود، و با یک نظرسنجی در سراسر کشور ترکیب می‌شود. این مطالعه نشان داده است که مقایسه فعالیت‌های سازمانی با حضور رسانه‌ها به‌ویژه برای شناخت حوزه‌های حاکمیتی نوظهور و نادیده گرفته شده مناسب است.

۲. چهارچوب نظری

از منظر نهاد، حکمرانی مجموعه‌ای از نهادهایی هستند متشکل از افرادی که، یک تشکیلات، نهاد و یا وزارتخانه را هدایت و اداره می‌کنند؛ حکمرانی، فعل یا فرایند، عمل یا روش حکومت کردن تعریف می‌شود. این فرهنگ تعریف بسیار مشابهی به لحاظ فرایندی برای حکمرانی ارائه می‌دهد که عبارت است از: عمل، روش، حقیقت و یا وظیفه حکومت کردن، نفوذ و کنترل (صانعی، ۱۳۸۵). تعریف حکمرانی آب نه ساده است و نه منحصر به فرد. دیدگاه‌ها، پارادایم‌ها و نظریه‌های متنوع و متغیر همگی بر معنای آن تأثیر می‌گذارند (Gupta & Pahl-Wostl, 2013). به گفته کمیسیون حکمرانی جهانی، حکمرانی مجموعه روش‌های فردی و نهادی، عمومی و خصوصی است که امور مشترک مردم را اداره می‌کند. حکمرانی فرایند پیوسته‌ای است که از طریق آن منافع متضاد یا متنوع همساز شده و اقدام همکاری‌جویانه اتخاذ می‌شود. با بررسی وضعیت موجود در حوزه آب زاینده رود و مقایسه آن با سالیان گذشته چه از لحاظ بارش و نوع مصرف و چه از نظر مدیریت آب که نمونه آن در زمان شیخ بهایی وجود داشته حاکی از آن است که نظام حکمرانی و مدیریت آب در عصر جدید دچار ضعف شدید و اختلال گردیده و عدم مدیریت صحیح آب و برداشت‌های غیرمجاز در حوزه زاینده رود نشان می‌دهد امروزه بیش از آنکه معضل مدیریت بحران در حوزه آب وجود داشته باشد، بحران مدیریت وجود دارد. از سویی دیگر اهمیت روزافزون رسانه‌ها در حیات اجتماعی انسان و سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. رسانه‌ها با قدرت بلاشک خود نه به‌عنوان راه حل بلکه به‌عنوان یک کاتالیزور نشان داده‌اند که هم تأثیرات مثبت و هم منفی در پیکره حکمرانی پدید می‌آورند (کیقبادی و جعفری، ۱۴۰۱).

مهم‌ترین نقش‌هایی که برای رسانه‌ها مطرح می‌شود عبارتند از: اطلاع‌رسانی و آگاهی، حمایت از قانون و نظارت بر اجرای درست قوانین، ایجاد حیطه مناسب برای

برخورد عقاید گوناگون، فراهم کردن زمینه آموزش مداوم، کمک به رشد فرهنگی و فکری جامعه، فراهم کردن سرگرمی‌های آموزنده و ایجاد روحیه مشارکت (مرادی، احمدی و هنری، ۱۳۹۰).

اولین نظریه‌های رسانه‌ای توسط نظریه‌پردازان غربی سیبرت، پاترسون و شرام در کتاب چهار نظریه مطبوعات (۱۹۵۶) تبیین شده است. مک‌کویل این نظریات را «نظریه‌های هنجاری» نامیده است، به این معنا که «عمدتاً بیانگر این ایده هستند که رسانه‌ها چگونه می‌توانند تحت مجموعه‌ای از شرایط و ارزش‌های غالب، عمل کنند». هر چهار نظریه اصلی یا کلاسیک نظریه سیاسی یا سناریوی اقتصادی خاص است. همچنین بر اساس نظریه اقتدارگرا رسانه‌های جمعی، تحت کنترل مستقیم دولت نیستند، اما مجبور بوده است از پیشنهاد‌های آن پیروی کند. تحت یک رویکرد استبدادی در اروپای غربی، آزادی افکار (طبقات حاکم) محافظه‌کارانه بوده است. سانسور مطبوعات به این دلیل توجیه داشت که دولت حق آزادی بیان بیشتری نسبت به سایر اقشار دارد. این نظریه از فلسفه اقتدارگرایانه افلاطون (۴۰۷ - ۳۲۷ قبل از میلاد) سرچشمه می‌گیرد. که فکر می‌کردند دولت فقط در دست عده‌ای عاقل امن است. توماس هابز (۱۵۸۸ - ۱۶۷۹)، استدلال کرد که قدرت حفظ نظم حاکم بود و اعتراضات فردی نادیده گرفته می‌شد. انگل، متفکر آلمانی، برتری آزادی در زمان استبداد را تقویت کرد.

آزادی‌گرایی یا نظریه مطبوعات آزاد می‌گوید این جنبش بر اساس حقوق افراد عمل می‌کند و از عدم محدودیت حمایت می‌کند. اساس این نظریه به قرن هفدهم و در انگلستان برمی‌گردد. اراده مردمی (vox populi) بر قدرت دولت ارجحیت داشت. حامیان این نظریه لائوتسه، جان لاک، جان میلتن، و جان استوارت میل بودند. این نظریه روی اخذ قدرت بدون مسئولیت اجتماعی تمرکز دارد. در نظریه مسئولیت اجتماعی ویلبر شرام، سیبرت و تئودور پترسون از منتقدان سرسخت نظریه مطبوعات آزاد بودند. این نظریه بیان می‌کند که رسانه تعهداتی به جامعه دارد و باید در آن ترکیبی قضایی از خود تنظیمی، مقررات دولتی و استانداردهای حرفه‌ای بالا وجود داشته باشند؛ بنابر این، تئوری مسئولیت اجتماعی به یک تئوری مدرن تبدیل شد که تکلیف در قبال وجدان یکی از اصول حق بیان آزاد بود. در تئوری استفاده و رضایت که توسط کاتز در سال ۱۹۷۰ ارائه شد و به این موضوع می‌پردازد که چگونه مردم از رسانه‌ها برای پاسخ‌گویی به نیازهای خود استفاده می‌کنند. رویکرد رضایت بیان می‌کند که مردم از رسانه‌ها برای اهداف زیادی استفاده می‌کنند. همان‌طور که

کاربران رسانه‌ها به‌طور فزاینده‌ای با انتخاب‌ها مواجه می‌شوند، این رویکرد باید توجه را به سمت مخاطب معطوف کند. تحقیقات تلویزیونی لول نشان داد که خانواده‌ها از تلویزیون برای تسهیل ارتباط، ایجاد رابطه، صمیمیت و سرگرمی استفاده می‌کنند. نظریه‌های سازگاری دهه ۱۹۵۰ توسط فستینگر مطرح شد و در مورد نیاز مردم به ثبات در باورها و قضاوت‌هایشان صحبت می‌کرد.

افراد به‌منظور کاهش ناهماهنگی ناشی از ناسازگاری در باورها، قضاوت‌ها و اقدامات افراد خود را در معرض اطلاعاتی قرار می‌دهند که با ایده‌ها و اعمال آن‌ها سازگار است و سایر ارتباطات را مسدود می‌کنند. نظریه وابستگی رسانه‌ای این نظریه را بال-روکیچ و دیفلور گسترش داده‌اند در این نظریه، مخاطبان برای برآوردن نیازها و اهداف به اطلاعات رسانه‌ای وابسته هستند و نهادهای اجتماعی و سیستم‌های رسانه‌ای برای ایجاد نیازها، علایق و انگیزه‌ها در فرد با مخاطبان تعامل دارند. میزان وابستگی به تعداد و مرکزیت کارکردهای اطلاعاتی و ثبات اجتماعی بستگی دارد.

۳. یافته‌های پژوهش

۳-۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و مراحل آن

در جدول ذیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (قوت - ضعف) نشان داده شده است. که مقدار وزن، رتبه و امتیاز وزنی هریک از نقاط قوت و ضعف به‌صورت مجزا محاسبه شده است.

جدول ۱: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) نقاط قوت

عوامل تأثیرگذار داخلی	وزن	امتیاز عامل	امتیاز وزنی
از آنجایی که رسانه ابزاری برای آگاهی رسانی است در بعضی اوقات آگاهی بخشی واقعی در زمینه آب صورت پذیرفته است.	۰,۰۱۷	۴	۰,۰۶۸
وجود تکثر رسانه‌ای در موضوع آب تا حدی باعث پویایی رسانه‌ها شده است.	۰,۰۱۳	۴	۰,۰۵۲
تلاش و پیگیری تعدادی از خبرنگاران متخصص در حوزه آب زاینده رود ستودنی است.	۰,۰۰۸	۳	۰,۰۲۴
توفیق رسانه، در ایجاد حساسیت بر روی موضوع آب در اذهان عمومی و حاکمیت وجود داشته است.	۰,۰۱۴	۴	۰,۰۶۴

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار داخلی
۰,۰۴۰	۴	۰,۰۱۰	ساخت برنامه‌هایی همچون سریال شیخ بهایی و مدیریت آب زاینده رود در قدیم مهم بوده است.
۰,۰۲۷	۳	۰,۰۰۹	برنامه‌سازی مستند در ارتباط با آب و منابع طبیعی استان انجام پذیرفته است.
۰,۰۲۴	۳	۰,۰۰۸	پژوهش‌های مطلوبی پیرامون مقوله آب در رسانه انجام شده است.
۰,۰۴۴	۴	۰,۰۱۱	تهیه گزارش‌های ویژه خبری در موضوع آب زاینده رود تا حدی موثر بوده است.
۰,۰۲۷	۳	۰,۰۰۹	رسانه‌ها تا حدودی به بولد کردن جریان مسئله آب کمک نموده‌اند.
۰,۰۴۸	۳	۰,۰۱۶	ارتقای استفاده درست از آب و صرفه‌جویی در آن توسط رسانه‌ها قابل تأمل است.
۰,۰۲۷	۳	۰,۰۰۹	توجه به پژوهش و آموزش در مباحث صرفه‌جویی آب به‌خوبی انجام شده است.
۰,۰۲۸	۴	۰,۰۰۷	پخش مصاحبه‌ها و اظهار نظر کشاورزان در گذشته از طریق رسانه‌ها صورت پذیرفته است.
۰,۰۴۸	۴	۰,۰۱۲	حضور نمایندگان صنف کشاورز در برنامه‌های خبری در گذشته وجود داشته است.
۰,۰۴۴	۴	۰,۰۱۱	پیگیری و به چالش کشیدن مسئولین در تعدادی از برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی صورت پذیرفته است.
۰,۰۳۶	۳	۰,۰۱۲	تلاش در جهت ایجاد اعتمادسازی در بین اقشار مردم، توسط رسانه در موضوع آب صورت پذیرفته است.
۰,۰۴۸	۳	۰,۰۱۶	تلاش رسانه‌ها در جهت پای کار آوردن دستگاه‌های متولی آب و مطالبه‌گری از ایشان تا حدی موفق بوده است.
۰,۰۳۶	۳	۰,۰۱۲	تهیه چند گزارش در ایام بحران آبی اصفهان و پخش در بخش‌های خبری مرکزی و سراسری موثر بوده است.
۰,۰۴۵	۴	۰,۱۱۴	پیگیری و مطالبه‌گری موضوع آب که تا حدود زیادی باعث جریان‌سازی در خصوص موضوع آب و پیگیری مسئولین کشور گردیده است.

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار داخلی
۱,۱۴۱		۰,۳۰۸	جمع کل

جدول ۲: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) نقاط ضعف

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار داخلی
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹	در بعضی اوقات رسانه‌های غیر رسمی با انتشار اطلاعات غلط و آگاهی‌رسانی ناقص در حوزه آب مشکلات زیادی را ایجاد نموده‌اند.
۰,۰۲۸	۲	۰,۰۱۴	متأسفانه بعضی اوقات انتشار اخبار غلط در رسانه‌های غیر رسمی (فضای مجازی) به رسانه‌های رسمی هم ورود نموده است.
۰,۰۱۳	۱	۰,۰۱۳	به دلیل مسائل امنیتی به‌طور محدود به مقوله زاینده‌رود نگاه شده و حقیقت آن‌گونه که باید منتشر نشده است.
۰,۰۱۷	۱	۰,۰۱۷	بی‌اعتمادی مردم به رسانه و دولت در مقوله آب وجود دارد.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	عدم خبرنگار متخصص آب به اندازه کافی و در حد بسیار محدود یکی از معضلات رسانه‌ها است.
۰,۰۳۰	۲	۰,۰۱۵	عدم تولیدات خلاقانه رسانه‌ای در موضوع آب وجود دارد.
۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸	محافظه‌کاری رسانه‌ها در جهت اطلاع‌رسانی آب به دلیل امنیتی بودن مسئله آب مسئله قابل تأملی است.
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹	تغییرات مکرر در پرسنل و مدیران رسانه‌ای که باعث عدم تمرکز بر روی موضوع آب شده است.
۰,۰۴۸	۲	۰,۰۱۶	ترجیح نگاه رسانه‌ها به موضوعات سیاسی آب نسبت به مباحث تخصصی وجود داشته است.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	پرداخت بیش از حد رسانه به کارنامه مسئولین و ارائه مطلوب وضعیت موجود از جمله معضلات مهمی است.
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹	پذیرش امنیتی‌شدن مقوله آب در حوزه خبر و ملاحظه‌کاری بیش از حد رسانه‌ها از ضعف‌های قابل توجه است.

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار داخلی
۰,۰۰۷	۱	۰,۰۰۷	ضعف برنامه‌های چالشی بین کارشناسان موافق و مخالف در حکمرانی آب زاینده رود وجود دارد.
۰,۰۱۲	۱	۰,۰۱۲	ضعف در شیوه برنامه‌سازی به روش غیرمستقیم با مخاطب باعث گردیده برنامه از عمق لازم برخوردار نباشند.
۰,۰۲۲	۲	۰,۰۱۱	ضعف در پتانسیل‌های برنامه‌سازی خارج سازمان و همکاری با فیلم‌سازان جوان، گروه‌های تئاتر و نمایش و ... در این حوزه وجود دارد.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	ضعف رسانه‌ای در ایجاد هم‌افزایی بین مدیران و مسئولین دولتی با کارشناسان، نخبگان و گروه‌های مرجع موافق و مخالف وجود دارد.
۰,۰۲۰	۲	۰,۰۱۰	بعضی رسانه‌ها به‌درستی به موضوع و حقیقت معضلات آب نمی‌پردازند.
۰,۰۲۵	۱	۰,۰۲۵	رسانه‌ها به‌صورت تخصصی در موضوع آب کار نمی‌کنند.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	عدم تخصیص بودجه مجزا جهت رسانه‌هایی که در موضوع آب فعالیت دارند، وجود دارد.
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹	عدم هم‌سو بودن مدیران آب با رسانه‌ها
۰,۰۰۷	۱	۰,۰۰۷	امنیتی کردن و سیاسی شدن موضوع آب باعث پایان‌دادن به فعالیت رسانه‌ها شده است.
۰,۰۲۸	۲	۰,۰۱۴	بیم بعضی مدیران رسانه‌ای در موضوع آب یکی از معضلات است.
۰,۰۲۶	۲	۰,۰۱۳	ورود غیرمتخصصانه در مقوله آب و انتشار اطلاعات اشتباه در رسانه مشکلات زیادی را به همراه دارد.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	کمبود خبرنگار متخصص و محقق در حوزه آب از دیگر مشکلات رسانه‌ها در این حوزه است.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	عدم شفافیت در رسانه‌ها به علت امنیتی بودن حکمرانی آب و عدم حمایت حکمرانی از رسانه‌ها دو موضوع مهم عدم تحقق مدیریت صحیح آب است.
۰,۰۱۵	۱	۰,۰۱۵	عدم توجه رسانه به مباحث علمی در خصوص مدیریت آب قابل تأمل است.

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار داخلی
۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸	عدم توجه رسانه به وادار نمودن مسئولان استانی و کشوری در خصوص مدیریت آب از ضعف‌های موجود در این حوزه است.
۰,۰۱۸	۲	۰,۰۰۹	عدم پوشش خبری مطالبات کشاورزان باعث بی‌اعتمادی و دلسردی این قشر از یک طرف و عدم درک کافی و صحیح حکمرانی از طرف دیگر شده است.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	عدم سواد رسانه مدیران استانی دستگاه‌های متولی آب از معضلات این حوزه است.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	جلوگیری از پخش برخی برنامه‌ها در خصوص حکمرانی آب توسط نهادهای بالا دست از ضعف‌های اصلی حکمرانی آب است.
۰,۰۱۸	۲	۰,۰۰۹	عدم تأمین امنیت برای خبرنگاران جهت اعزام به استان‌های مجاور در موضوع آب وجود دارد.
۰,۰۱۴	۱	۰,۰۱۴	عدم بودجه کافی باعث گردیده رسانه‌ها در این حوزه به‌خوبی ورود نکنند.
۰,۰۱۴	۱	۰,۰۱۴	عدم پیگیری مؤثر و مستمر توسط رسانه‌ها بر روی موضوع حکمرانی آب وجود دارد.
۰,۰۱۳	۱	۰,۰۱۳	عدم جریان‌سازی و مطالبه‌گری مؤثر رسانه‌ای در خصوص مدیریت آب وجود دارد.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	یکی از اشکالات اساسی، مقطعی بودن راهبردهای رسانه‌ای در مواجهه با موضوع حکمرانی آب است که باید به آن به‌صورت درست و اساسی نگاه شود.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	وضعیت که امروز مشاهده می‌شود بیشتر از معضل کم‌آبی، اشکال در مدیریت آب و حکمرانی را نشان می‌دهد (بحران مدیریت)
۰,۰۳۰	۲	۰,۰۱۵	با توجه به اهمیت بسیار زیاد آب و همچنین وضعیت امروز زاینده رود و شهر اصفهان مسئله مغفول‌مانده عدم رسانه‌ای مختص آب است که دارای اهمیت زیادی است.
۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸	در سطح رسانه‌های عمومی متأسفانه تفکر استراتژیک مؤثر در موضوع آب وجود ندارد.

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار داخلی
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹	وجود تحلیل‌های غیرعملی، نادرست و اشتباه در موضوع آب توسط افراد غیرمتخصص چه در رسانه و چه در حکمرانی آب باعث مشکلات عدیدی گردیده است.
۰,۰۱۳	۱	۰,۰۱۳	عدم توانمندی مدیران رسانه‌ای برای متقاعد کردن مدیران ارشد کشوری در پیشبرد موضوع آب زاینده رود از ضعف‌های این حوزه است.
۰,۰۱۷	۱	۰,۰۱۷	ما در حوزه مدیریت آب به شدت بی‌قانون هستیم و این امر باعث سردرگمی رسانه‌ها گردیده است.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	انتشار بعضی اطلاعات توسط رسانه‌ها در جهت منافع صاحبان قدرت بوده است.
۰,۰۳۰	۲	۰,۰۱۵	عدم دسترسی خبرنگاران به اطلاعات دقیق در موضوع آب با توجه به صلاحدید حاکمیت وجود دارد.
۰,۰۳۶	۲	۰,۰۱۸	عدم اقبال خبرنگاران به بحث آب به‌عنوان سوژه اصلی دیده می‌شود.
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹	عدم وجود رسانه مناسب جهت ترویج گفتمان آب وجود دارد.
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹	عدم مخاطب‌شناسی مناسب و درست در رسانه و اطلاع‌رسانی بسته به نوع مخاطب صورت نمی‌پذیرد.
۰,۰۱۲	۱	۰,۰۱۲	عدم ساخت برنامه‌های جذاب، کوتاه و مفید با توجه به حوصله مخاطب در ارتباط با آب و مدیریت آن احساس می‌شود.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	عدم استفاده از همه ظرفیت‌ها رسانه‌ای جهت بمباران اطلاعاتی در خصوص وضعیت آب وجود دارد.
۰,۰۲۸	۲	۰,۰۱۴	عدم تخصیص بودجه به برنامه‌های صدا و سیما با توجه به هزینه‌های زیاد این رسانه وجود دارد.
۰,۰۱۸	۲	۰,۰۰۹	عدم اعتقاد واقعی دولت و رسانه‌ها به بحران مدیریتی آب و تفاوت میان حرف تا عمل مشاهده می‌شود.
۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸	عدم صحت سنجی و انتشار دروغ برخی مسئولان و مدیران توسط رسانه
۲,۱۷۹		۰,۶۹۲	جمع کل

جمع امتیازات وزنی حداقل ۱ و حداکثر ۴ است و میانگین آن‌ها ۲/۱۷۹ است. اگر نمره نهایی سازمان کمتر از ۲/۵ باشد، یعنی سازمان از نظر عوامل داخلی در مجموع دچار ضعف است و اگر نمره نهایی بیشتر از ۲/۵ باشد، بیانگر این است که سازمان از نظر عوامل درونی دارای قوت است. عدد ۲/۱۷۹ به دست آمده از ماتریس IEF بیانگر غلبه نقاط ضعف بر نقاط قوت است.

جدول ۳: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) - نقاط فرصت

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار خارجی
۰,۰۳۰	۱	۰,۰۱۵	رسانه‌ها می‌توانند تأثیر بر تفکر و آگاهی، آگاهی بر روی باور و باور بر رفتار، عمل و اقدام گذارند.
۰,۰۳۶	۲	۰,۰۱۸	رسانه می‌تواند به باورهای درست در موضوع آب کمک نماید.
۰,۰۵۱	۳	۰,۰۱۷	در مسئله آب فضای مجازی موفق‌تر از صدا و سیما می‌تواند عمل نماید.
۰,۰۲۶	۲	۰,۰۱۳	آگاهی رسانی رسانه‌ها باید بر اساس دانش باشد تا جامعه و حاکمیت واقع بین شود.
۰,۰۲۶	۲	۰,۰۱۳	رسانه‌ها ابزاری جهت تسهیل در تصمیم‌گیری مدیران برنامه‌ریزی‌های آبی، افزایش سواد آبی، افزایش جسارت در تصمیم‌گیری، افزایش مشارکت جامع در احیای زاینده رود و تالاب گاوخونی و همچنین کمک به پایداری سرزمین مرکزی ایران است.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	ایجاد رسانه تخصصی زاینده رود با محور عدالت جزو محورها و فعالیت‌های اصلی این حوزه می‌بایست باشد.
۰,۰۱۲	۱	۰,۰۱۲	تغییر نام شبکه اصفهان به شبکه زاینده رود و تحلیل محتوای رسانه‌ای در خصوص زاینده رود می‌تواند بسیار اثربخش باشد.
۰,۰۱۷	۱	۰,۰۱۷	داشتن رسانه‌های آزاد و اختصاص بودجه خاص جهت اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی در موضوع آب ضروری است.
۰,۰۲۸	۲	۰,۰۱۴	تأکید رسانه‌ها بر اهمیت اصفهان و موقعیت ویژه زاینده رود در کشور و حتی دنیا مورد نظر است.

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار خارجی
۰,۰۲۶	۲	۰,۰۱۳	پژوهش‌های برنامه‌سازی رسانه باید مبتنی بر پژوهش‌های دانشگاهی و میدانی باشد.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	ایجاد مدیریت رسانه جدید و نگرش نو به موضوع آب در زمان ریاست جدید صدا و سیما اتفاق افتاده است.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	کاهش فشار مافیا بر رسانه در دولت جدید تا حدودی تحقق یافته است.
۰,۰۱۵	۱	۰,۰۱۵	نقش رسانه در ایجاد هم‌افزایی بین دستگاه‌ها در مقوله حکمرانی آب با هدف‌گذاری مشترک و پیگیری گام به گام مراحل پیشرفت طرح‌ها و ایده‌ها و گزارش‌گیری از آن‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است.
۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸	پرداخت رسانه‌ای و مسئله محور پیرامون حکمرانی آب در ساخت فیلم سینمایی و سریال‌های تلویزیونی باید ایجاد شود.
۰,۰۱۸	۲	۰,۰۱۸	تشکیل کارگروه رسانه‌ای بر روی موضوع آب زاینده رود از اهمیت خاص برخوردار است.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	انعکاس درج موضوع آب به‌صورت تیتراژ رسانه‌ها می‌بایست صورت پذیرد.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	رسانه توانایی آن را دارند تا با تغییر مدیران از انجام طرح‌های اشتباه در حوزه آب جلوگیری نموده و همچنین مسئولان امر را حساس نمایند.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	ایجاد سؤالات مختلف و متنوع در موضوع آب زاینده رود در رسانه‌ها و پرداختن به آن با در نظر گرفتن پاسخ از طرف افکار عمومی در حوزه رسانه ضروری است.
۰,۰۰۹	۱	۰,۰۱۶	رسانه‌ها می‌توانند با درگیر نمودن مسئولین به معضل آب زاینده رود باعث تغییر در عملکرد و پاسخگوی مناسب در مدیران شده که کارآمدی حکمرانی را به همراه دارد.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	وجود پتانسیل‌های ویژه در رسانه‌ها جهت احقاق حقابه زاینده رود در صورت همکاری حکمرانی با رسانه
۰,۰۵۲	۳	۰,۰۱۴	استفاده از دیدگاه کارشناسان و متخصصان و ایجاد گفت‌وگو میان رسانه آب ضروری است.

عوامل تأثیرگذار خارجی	وزن	امتیاز عامل	امتیاز وزنی
تبیین سیاست‌های راهبردی توسط رسانه در خصوص مدیریت آب بسیار مهم است.	۰,۰۱۲	۳	۰,۰۳۶
توجه به نظرات کارشناسان و ایجاد ارتباط مؤثر بین مردم و رسانه باید باشد.	۰,۰۱۷	۳	۰,۰۵۱
بالا بردن برنامه‌های تولیدی در خصوص مدیریت آب لازم است.	۰,۰۱۹	۲	۰,۰۳۶
شفاف‌سازی و پیگیری مطالبات کشاورزان در رسانه از اهمیت بالایی برخوردار است.	۰,۰۱۲	۲	۰,۰۲۴
رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد اعتماد در مردم و شفاف‌سازی در حوزه مدیریت آب نقش به‌سزایی ایفا نمایند.	۰,۰۱۴	۲	۰,۰۲۸
نقش صدا و سیما در حکمرانی آب، نقشی محوری است، اگر این نقش به‌خوبی ایفا شود اعتماد مردم و مسئولین را به همراه دارد.	۰,۰۱۷	۳	۰,۰۵۱
رسانه می‌تواند با ایجاد همدلی بین استان‌های درگیر از تنش جلوگیری نماید.	۰,۰۱۳	۲	۰,۰۲۶
با توجه به محوریت صدا و سیما به‌عنوان مرجع اخبار صحیح در استان می‌تواند با پیگیری مستمر و مؤثر مسئولین استانی و کشوری را مجبور به پیگیری و حل موضوع نماید.	۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸
مقبولیت نسبی رسانه‌ها در اذهان عمومی در صورت پیگیری موضوع آب اصفهان محقق می‌گردد.	۰,۰۱۶	۲	۰,۰۳۲
برنامه‌سازی در خصوص پیشبرد تحقق توزیع عادلانه آب در رسانه از ضروریات است.	۰,۰۱۵	۲	۰,۰۳۰
با توجه به آنکه صدا و سیما زیر مجموعه هیچ ارگانی نیست می‌تواند مطالبه‌گری در خصوص آب را به‌خوبی انجام دهد.	۰,۰۱۴	۲	۰,۰۲۸
برخورد جدی با مدیران و مسئولین حوزه آب در صورتی‌که با رسانه‌ها همکاری لازم را نداشته باشند.	۰,۰۱۴	۱	۰,۰۱۴
رسانه‌ها به‌صورت غیرمستقیم می‌توانند در قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری و مدیریت مسائل آب نقش ایفا نمایند.	۰,۰۱۲	۲	۰,۰۲۴

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار خارجی
۰,۰۲۴	۲	۰,۰۱۲	استفاده از تبلیغات و برنامه‌های هوشمندانه و خلاق در جهت تقویت و اشاعه راهبردهای درست مدیریتی در موضوع آب جزو ضروریات است.
۰,۰۱۶	۲	۰,۰۱۶	استفاده از سینمای مستند و سینمای روایی - داستانی با موضوعیت آب و مدیریت آن مؤثر است.
۰,۰۲۶	۲	۰,۰۱۳	پشتیبانی از NGO و کمپین‌های فعال در حوزه آب و محیط زیست هم از سمت دولت و هم از سمت رسانه‌ها ضروری است.
۰,۰۳۶	۲	۰,۰۱۸	عمیق شدن اثرگذاری رسانه‌ها به شرط استمرار برنامه‌های مرتبط با آب و مدیریت آن وجود دارد.

جدول ۴: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) - نقاط تهدیدات

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار خارجی
۰,۰۲۶	۲	۰,۰۱۹	تأثیر بعضی مسئولین از اخبار نادرست و بدون سند از فضای مجازی که موجب قضاوت زود و اشتباه خواهد شد.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	پخش اطلاعات غلط رسانه‌ای، مهم‌ترین موضوع در جهت‌دار کردن آمارهای موجود و واگرایی اجتماعی است.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	امنیتی‌شدن مسئله آب و عدم وجود خبرنگار متخصص کافی باعث عدم مطالبه‌گری و آگاهی مردم در زمینه آب گردیده است.
۰,۰۳۰	۲	۰,۰۱۵	هم‌سویی و گاهاً بی‌تفاوتی رسانه و حاکمیت به مسائل و چالش‌های آبی از تهدیدهای از حوزه است.
۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸	فشارهای وارده از طرف حاکمیت و دستگاه‌های اجرایی در جهت عدم پوشش رسانه‌ای اعتراضات مردمی و محدود نمودن موضوعی مقوله آب موضوع قابل تأملی است.
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	قطع و یا محدود نمودن بودجه رسانه‌ای در برنامه‌ها با محوریت آب زاینده رود یک تهدید در این حوزه است.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	ارائه اطلاعات کارشناسی نشده در پوشش خبری آب

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار خارجی
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	بی‌اهمیت جلوه دادن مقوله آب در رسانه در بعضی مورد احساس می‌گردد.
۰,۰۴۶	۲	۰,۰۲۳	پژوهش‌ها کم در حوزه رسانه و حکمرانی آب صورت گرفته است.
۰,۰۱۴	۱	۰,۰۱۴	عدم هم‌افزایی دستگاه‌ها و ارگان‌ها با صدا و سیما در مقوله آب وجود دارد.
۰,۰۱۴	۱	۰,۰۱۴	ساخت برنامه‌های سفارشی و غیر واقعی در مقوله آب دیده شده است.
۰,۰۱۷	۱	۰,۰۱۷	استفاده نظر موافق به‌صورت مستمر بدون در نظر گرفتن نظر مخالف از تهدیدهای این حوزه است.
۰,۰۳۸	۲	۰,۰۱۹	امنیتی‌شدن موضوع آب و عدم مطالبه‌گری در رسانه‌ها معضل بسیار بزرگی است.
۰,۰۲۶	۲	۰,۰۱۳	سوءاستفاده رسانه‌های خارجی از اخبار داخلی در موضوع آب مسئله قابل توجه است.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	اکثر اخبار آب به‌صورت محرمانه مطرح شده است.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	عادی‌نگری و بی‌تفاوتی ایشان نسبت به موضوع آب با رویکرد پیش‌رو تهدید مهمی محسوب می‌گردد.
۰,۰۳۴	۲	۰,۰۱۷	سلیقه‌ای عمل نمودن رسانه‌ها در موضوع آب با توجه به نگاه مسئولین و مدیران حوزه آب زاینده رود قابل توجه است.
۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸	ایجاد تنش از طریق رسانه‌های غیر رسمی در روند اجرای مدیریت آب باید مورد بررسی و اقدام قرار گیرد.
۰,۰۳۰	۲	۰,۰۱۵	ایجاد تنش‌های بین استانی و تجمعات و اغتشاشات در اثر بی‌تفاوتی رسانه‌ها از موضوعات مهم در این حوزه است.
۰,۰۳۶	۲	۰,۰۱۸	دور شدن مردم از رسانه‌های دولتی و رو آوردن به استفاده از رسانه‌های غیر رسمی و اخبار اشتباه یا دروغ
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	خودسانسوری اخبار حکمرانی آب توسط نهادهای بالا دست تهدید مهمی محسوب می‌شود.
۰,۰۳۸	۲	۰,۰۱۹	سلب اعتماد عمومی مردم اصفهان به رسانه‌های ملی و استانی به‌صورت محسوس مشاهده می‌شود.

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تأثیرگذار خارجی
۰,۰۳۲	۲	۰,۰۱۶	عدم برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی مدون در رسانه جهت حکمرانی مؤثر در مقوله آب وجود داشته است.
۰,۰۱۶	۱	۰,۰۱۶	گزینشی نشان دادن مطالبات مردمی توسط رسانه‌ها
۰,۰۱۹	۱	۰,۰۱۹	عدم تبدیل صدا و سیما به یک نهاد امنیتی - حکومتی
۱,۷۲۶		۱	جمع کل

جمع امتیاز وزنی، حداقل ۱ و حداکثر ۴ است و امتیاز متوسط برای سازمان‌ها، ۲/۵ است. امتیاز ۴ نشان می‌دهد که سازمان در میان نهادهای مشابه دارای موقعیتی برجسته است. به عبارت دیگر، نشان‌دهنده واکنش عالی سازمان در استفاده از فرصت‌ها و به حداقل رساندن اثر تهدیدها است. امتیاز ۱ هم نشان می‌دهد که استراتژی‌های موزون سازمان در استفاده از فرصت‌ها و پرهیز از تهدیدات توانمند نبوده است. عدد ۱/۷۳۶ به دست آمده از ماتریس EFE بیانگر غلبه فرصت‌های محیطی بر تهدیدات محیطی است.

جدول ۵: بررسی استراتژی‌های دفاعی، رقابتی، محافظه‌کارانه و تهاجمی پیرامون بحران آب

استراتژی دفاعی
WT1: هماهنگی با مسئولین امنیتی استان به‌منظور تأمین امنیت خبرنگاران جهت اعزام به استان‌های مجاور در موضوع آب.
WT2: برگزاری جلسات ماهیانه به‌منظور پیگیری مؤثر و مستمر توسط رسانه‌ها بر روی موضوع حکمرانی آب.
WT3: برگزاری جلسات ماهیانه به‌منظور اتخاذ تدابیر راهبردی در خصوص آب.
WT4: برگزاری جلسات ماهیانه به‌منظور اتخاذ تدابیر لازم رد خصوص مدیریت بحران در خصوص آب.
WT5: نیاز مبرم و نگاه درست به تشکیل قرارگاه آب و تشکیل معاونت ریاست جمهوری به‌صورت مستقل در حوزه آب.
WT6: ایجاد تفکر راهبردی در سطح رسانه‌های عمومی شهر اصفهان.
WT7: برگزاری دوره‌های آموزشی در جهت توانمندسازی مدیران رسانه‌ای برای متقاعد کردن مدیران ارشد کشوری.
WT8: ایجاد رسانه‌های تخصصی آب به‌منظور تشکیل رسانه مناسب جهت ترویج گفتمان آب.

استراتژی رقابتی

- ST1: تهیه و تدوین برنامه‌های مناسبی برای اهمیت قائل شدن به موضوع آب توسط رسانه‌ای.
- ST2: استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ها برای ارائه اطلاعات و اخبار درست و بیان نظرات مسئولین.
- ST3: ایجاد هم‌افزایی دستگاه‌ها و ارگان‌ها از طریق ارتباطات رسانه‌ای.
- ST4: استفاده از توانمندی‌های رسانه‌ای اعم از شنیداری و تصویری برای اعلام اخبار حکمرانی آب توسط نهادهای بالا دست.
- ST5: ایجاد پانل‌های تخصصی در حوزه آب به‌منظور جلوگیری از سلیقه‌ای عمل نمودن رسانه‌ها در موضوع آب.
- ST6: استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ها برای ارائه اطلاعات و اخبار درست به‌منظور جلوگیری از شفافیت در امور آب.
- ST7: ارائه اطلاعات شفاف و صحیح در جهت سوءاستفاده کردن رسانه‌های خارجی از اخبار داخلی در موضوع.

استراتژی محافظه‌کارانه

- WO1: استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌منظور واکاوی و تبیین چالش‌های آبی.
- WO2: استفاده از توانمندی‌های رسانه‌ها برای تولیدات خلاقانه رسانه‌ای در موضوع آب.
- WO3: استفاده از توانمندی رسانه‌ها برای پرداخت به موضوعات تخصصی آب به‌جای سیاسی نمودن موضوع.
- WO4: انتخاب یک رسانه قوی در حوزه آب و حمایت همه‌جانبه از آن.
- WO5: تشکیل اتاق فکر از طرف رسانه‌های هم‌سو، هم‌گام و یک‌صدا با هم در مقوله آب.
- WO6: استفاده از توانمندی رسانه‌ها برای پرداخت به موضوع همکاری استان‌های درگیر آب زاینده رود برای جلوگیری از بروز اختلافات قومیتی.
- WO7: ایجاد گفتمان تخصصی با متخصصین جهت ایجاد گفتمان آب در رسانه.

استراتژی تهاجمی (SO)

- SO1: استفاده از توانمندی‌های علمی و تخصصی رسانه‌ای به‌منظور افزایش اعتماد شهروندان.
- SO2: برنامه‌سازی مستند در ارتباط با آب و منابع طبیعی به‌صورت بی‌طرف و بدون نگاه حاکمیتی.
- SO3: استفاده از توانمندی‌های رسانه‌ای به‌منظور بررسی چالش‌های موجود در بخش حکمرانی آب زاینده رود.
- SO4: استفاده از توانمندی‌های رسانه‌ای به‌منظور پیگیری امور مرتبط با منابع مالی و بودجه‌ای در بخش حکمرانی آب زاینده رود.
- SO5: افزایش سواد علمی و استراتژی رسانه‌ای در موضوع آب.

استراتژی تهاجمی (SO)

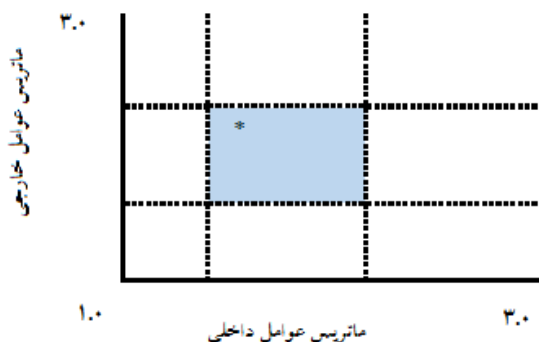
- SO6: ترویج فرهنگ رسانه‌ای مستقل و کارشناسان در خصوص مباحث آب استان.
- SO7: استفاده از توانمندی‌های رسانه‌ای به‌منظور ترویج فرهنگ صرفه‌جویی مصرف آب.
- SO8: استفاده از توانمندی‌های رسانه‌ای به‌منظور دریافت نظرات کشاورزان و مصرف‌کنندگان آب زاینده رود.

۴. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

با توجه به نتایج به دست آمده و در راستای تعیین راهبردها همراه با مطالعات نظری الزام حضور رسانه‌های عمومی در حل معضلات شهری به‌ویژه خشکی زاینده رود قابل تبیین است؛ سه نظریه سازگاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و وابستگی رسانه‌ای جهت تأثیر رسانه‌های عمومی در عملکرد نظام حکمرانی قابل تکیه می‌باشند. چرا که درهم‌تنیدگی نهادها و سیستم‌های رسانه‌ای با علاقه‌مندی‌ها و نیازها مردم را به‌خوبی مشخص می‌سازند.

تمرکز آن‌ها بر کارکردهای اطلاعاتی، ثبات اجتماعی رضایتمندی و کاهش ناهماهنگی‌های حکمرانی و جامعه عموم است. براساس اطلاعات جمع‌آوری شده از مصاحبه‌ها، فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب جنسیت مصاحبه شوندگان بیشترین فراوانی مربوط به مصاحبه شوندگان مرد است. بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده از مصاحبه، فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب سطح تحصیلات بیشترین فراوانی مربوط به مصاحبه شوندگان دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری است و فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب سابقه کاری بیشترین فراوانی مربوط به مصاحبه شوندگان دارای ۲۱ تا ۲۵ سال است.

جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۲/۱۷۹) است و جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (۱/۷۳۶) است. با توجه به توضیحات بالا با جایگذاری این اعداد در شکل ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی SWOT، ماتریس نهایی ارزیابی عوامل داخلی و خارجی به شرح زیر نشان داده شده است.



شکل ۱: ماتریس نهایی ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

همان‌طور که در شکل مشاهده می‌گردد با توجه به نقطه میانگین نمرات به دست آمده در هریک از بررسی‌ها، سازمان قسمت اعظمی از خانه شماره ۵ ماتریس داخلی و خارجی را اشغال نموده است. فرد آر دیوید در کتاب مدیریت استراتژیک خود پیشنهاد نموده است؛ در چنین شرایطی که جایگاه سازمان در خانه شماره ۵ قرار می‌گیرد بهتر است استراتژی‌هایی را به اجرا درآورد که هدف «حفظ و نگهداری وضع موجود» یا استراتژی‌های محافظه‌کارانه باشد. در این سازمان‌ها استراتژی‌های رسوخ در بازار بسیار متداول است. بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادهای کاربردی و تحقیقات آتی به شرح زیر است:

- ❖ استفاده از توانمندی رسانه‌ها برای پرداخت به موضوعات تخصصی آب به‌جای سیاسی نمودن موضوع؛
- ❖ انتخاب یک رسانه قوی در حوزه آب و حمایت همه‌جانبه از آن؛
- ❖ تشکیل اتاق فکر از طرف رسانه‌های هم‌سو، هم‌گام و یک‌صدا با هم در مقوله آب؛
- ❖ استفاده از توانمندی رسانه‌ها برای پرداخت به موضوع همکاری استان‌های درگیر آب زاینده رود برای جلوگیری از بروز اختلافات قومیتی؛
- ❖ ایجاد گفتمان تخصصی و گاهی مخاطب با متخصص جهت ایجاد گفتمان آب در رسانه؛
- ❖ گسترش سطح آگاهی، دانش و بینش زیست‌محیطی جامعه و تقویت فرهنگ و معارف دینی مشارکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای حفظ محیط زیست در تمام سطوح و اقشار جامعه؛

- ❖ نیاز مبرم و نگاه درست به تشکیل قرارگاه آب و تشکیل معاونت ریاست جمهوری به صورت مستقل در حوزه آب؛
- ❖ تحقیق بر روی این مسئله که سدسازی باعث بهبود اوضاع حوزه آب زاینده رود می شود یا بدتر شدن آن؛
- ❖ تحقیق بر روی این مسئله که موضوع اخلاق در مدیریت آب در قدیم باعث تعهد بوده و امروزه از داشتن آن بی بهره هستیم یا فناوری باعث بی اخلاقی در عصر جدید گردیده است؛
- ❖ همکاری استان های درگیر آب زاینده رود برای جلوگیری از بروز اختلافات قومیتی؛
- ❖ نقش فضای مجازی (به شرط نظارت و مدیریت درست) در حوزه آب بسیار پررنگ تر از سایر رسانه ها بوده و باید به عنوان یک رسانه مدیریت شده به آن پرداخت؛
- ❖ استفاده از تکنیک های اقناعی و تبلیغاتی رسانه ای که می توان در حوزه آب از آن استفاده کرد.



فهرست منابع

- اسکوهی، مائده؛ اسماعیلی، کاظمی (۱۴۰۰). *تحلیلی بر نظریه‌های حکمرانی و مدیریت منابع آب در ایران*. نشریه آب و توسعه پایدار، ۸(۱).
- قلی‌پور، آرین؛ پورعزت، علی اصغر (۱۳۸۷). *تأملی بر نقش رسانه ملی در رصد و مدیریت بحران‌های پنهان اجتماعی: مدیریت قومیت‌ها*. پژوهش‌های ارتباطی ۱۵(۵۶)، ۲۹-۴۶.
- پورعزت، علی اصغر؛ طاهری عطار، غزاله (۱۳۸۹). *کاربست حکمرانی خوب برای ملت‌سازی در پرتو مطالعات میان رشته‌ای*. نشریه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، ۳(۱).
- آستانه، مهسا؛ تقی‌پور، فائزه؛ دوازده امامی، حمید (۱۳۹۸). *تدوین الگو به منظور ظرفیت‌سازی اجتماعی و جامعه‌پذیری بحران*. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران (پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی)، ۸(۲).
- جوانمرد، ف. و غلامپور، م. (۱۳۹۳). نقش رسانه در کنترل بحران آب. همایش ملی راهکارهای پیش روی بحران آب در ایران و خاورمیانه (ص. ۹). شیراز: سیویلیکا. <https://civilica.com/doc/369119> بازیابی از
- جوانمرد و غلامپور (۱۳۹۳). *نقش رسانه در کنترل بحران آب*. همایش ملی راهکارهای پیش روی بحران آب در ایران و خاورمیانه. شیراز: سیویلیکا.
- حبیب زاده ملکی و جوادیان (۱۳۸۹). *راهبردهای رسانه‌ای در مدیریت بحران*. فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، ۱۸.
- حس‌پور و آقاجانی (۱۳۹۳). *نقش شفاف‌سازی رسانه بر حکمرانی خوب*. کنفرانس بین‌المللی و آنلاین اقتصاد سبز. بابل‌سر: سیویلیکا.
- خاتون‌آبادی (۱۳۹۳). *حکمرانی آب: راهکار رفع بحران آب در زاینده رود*. نشریه نامه اتاق بازرگانی، ۱۰، ۴۵.
- دیندار فرکوش (۱۳۹۰). *تأثیر نشانگرهای اخلاق رسانه‌ای بر حکمرانی خوب از دیدگاه اساتید بررسی دانشگاه‌های آزاد اسلامی منطقه تبریز*. نشریه: مطالعات رسانه‌ای، ۶(۱۵)، ۱۶۱-۱۷۵.
- رحمان زاده (۱۳۸۹). *کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن*. فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۱۱(۱)، ۴۹-۷۸.
- زارع (۱۳۸۶). *ررسی ویژگیهای نیروی انسانی و امکانات مالی و فنی نشریه‌های محلی*. تهران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- سعیده (۱۳۹۵). *نقش آموزشی رسانه در کاهش مصرف آب*. ولین همایش ملی مدیریت آب با رویکرد مصرف بهینه آب در بخش کشاورزی. همدان: سیویلیکا.

- سورین و تانکارد (۱۳۸۶). *نظریه‌های ارتباطات*. تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- صانعی (۱۳۸۵). *حکمرانی خوب؛ مفهومی نو در مدیریت دولتی*. نشریه تدبیر، ۷(۱۷۸).
- صفوی و همکاران (۱۳۹۵). *دیپلماسی و امنیت ملی در خاورمیانه*. قم: سلمان آزاده.
- طالبی صومعه‌سرای؛ ذکابی؛ فاضلی؛ جمعه‌پور (۱۳۹۸). *جامعه‌شناسی یک بحران: آسیب‌شناسی اجتماعی بحران آب در حوضه آبریز زاینده رود*. نشریه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، ۱۱(۴)، ۱۳۳-۱۶۵.
- قربانی و وصالی (۱۴۰۲). *راهبردهای نهادینه‌سازی سواد رسانه‌ای در سطح ملی*. نشریه علمی راهبرد، ۷۷-۸۲.
- کیمجانی و عیوضی (۱۴۰۲). *سپهر حکمرانی مطلوب از آموزه‌های علوی تا شاخص‌های جهانی*. نشریه علمی راهبرد، ۳۸۳-۴۰۸.
- کیقبادی و جعفری (۱۴۰۱). *نقش آینده‌نگاری صدا و سیما در مدیریت تغییرات اجتماعی و ارتقای امنیت ملی*. فصلنامه راهبرد، ۳۱(۱).
- گلکار (۱۳۸۴). *مناسب‌سازی تکنیک تحلیلی سوات برای کاربرد در طراحی شهری*. مجله صفا، ۴۱(۱۵)، ۴۴-۶۵.
- مرادی؛ احمدی؛ هنری (۱۳۹۰). *بررسی نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش همگانی*. نشریه مدیریت ورزشی، ۳(۹)، ۱۶۸-۱۸۰.
- مهدی زاده (۱۳۸۷). *رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها (مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها)*.
- میرباقری؛ رفیعی آتانی؛ پارسائزاد (۱۴۰۱). *طراحی الگوی مفهوم حکمرانی مشارکتی در ایران*. فصلنامه راهبرد، ۳۱(۲)، ۱۹۵-۲۱۸.
- نبی افجادی؛ شریف زاده (۱۴۰۲). *ارزیابی عملکرد حکمرانی آب در زیرحوضه‌های زاینده رود: تحلیل مقایسه‌ای زیرحوضه‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری*. نشریه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۵۴(۱)، ۱۳۱-۱۴۸.
- یوسفی و همکاران (۱۳۹۶). *پایداری نظام حکمرانی آب حوزه زاینده رود*. فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، ۹(۴)، ۲۳-۴۸.
- یوسفی؛ یادگاری؛ فتحی (۱۳۹۶). *پایداری نظام حکمرانی آب حوزه زاینده رود در گذر توسعه*. فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، ۹(۴)،

References

- Abbas, F., Al-Naemi, S., Farooque, A., & Phillips, M. (2023). A Review on the Water Dimensions, Security, and Governance for Two Distinct Regions. *Water*, 15(1), 208. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/w15010208>
- Aguirre, K., & Paredes, C. (2023). Water Safety and Water Governance: A Scientometric Review. *Sustainability*, 15(9), 7164. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su15097164>
- Angst, M. (2019). Networks of Swiss water governance issues. Studying fit between media attention and organizational activity. *Society & Natural Resources*, 32(12), 1416-1432.
- Castro, J. (2007). Water governance in the twentieth-first century. *Ambiente & Sociedade*, 10(2), 97-118. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1590/S1414-753X2007000200007>
- Fischer, F. (2012). Participatory governance: From theory to practice. In D. Levi-Faur, *The Oxford Handbook of Governance* (pp. 457-471). Oxford: Oxford University Press.
- Gupta, J., & Pahl-Wostl, C. (2013). Global Water Governance in the Context of Global and Multilevel Governance: Its Need, Form, and Challenges. *Ecology and Society*, 18(4), 0-0. Retrieved from <https://hdl.handle.net/10535/9229>
- Jiménez, A., Saikia, P., Gine, R., Avello, P., Leten, J., Lymer, B.,... Ward, R. (2020). Unpacking water governance: A framework for practitioners. *Water (Switzerland)*, 12(3), 1-21. Gjetur në <https://doi.org/10.3390/w12030827>
- Khan, A. (2016). Media's support in promoting environment awareness. *International Journal of Scientific Research and Education*, 4(8), 5588-5595.
- Newson, M. (2008). *Land, water and development: sustainable and adaptive management of*. London: Routledge.
- Rijke, J & et al. (2012). Fit-for-purpose governance: A framework to make adaptive governance operational. *Environmental Science & policy*, 22, 73-84.
- Skoric, M., & Zhang, N. (2018). Media use and environmental engagement: examining differential gains from news media and social media. *International Journal of Communication*, 12, 380-403. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/324014299>



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی