

## بررسی مقایسه‌ای چگونگی بازتاب رویدادهای مهم زیست‌محیطی خوزستان در دو خبرگزاری ایسنا و ایرنا

دکتر ندا شفیعی<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۳/۱۳

تاریخ وصول: ۱۴۰۲/۸/۴

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی سیاست‌های رسانه‌ای در قبال مسایل زیست‌محیطی خوزستان در دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در بازه زمانی سال ۱۳۹۶ و تعیین میزان سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای در انتشار اخبار محیط زیست، به‌ویژه در خوزستان صورت گرفته است. در این پژوهش، نظریه برجسته‌سازی را به‌عنوان چارچوب نظری در نظر گرفته‌ایم تا با رجوع به جامعه آماری و بهره‌گیری از روش تحلیل محتوا، استانداردها و معیارهای سیاست‌گذاری تخصصی رسانه‌ای در حوزه محیط زیست را بر اساس روش تحقیق تمییز دهیم. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که توجه زیاد این دو خبرگزاری به خبررسانی موجب شده است تا تحلیل، تفسیر و ارائه گزارش درباره مسائل زیست‌محیطی خوزستان کمتر مورد توجه قرار گیرد. این مهم در پرداخت به عوامل و ریشه‌های مخاطرات زیست‌محیطی و پدیده ریزگردها نیز تأثیر منفی گذاشته است. از مجموع ۱۰۳۴ مطلب خبرگزاری‌ها تنها ۱۱۶ مورد برابر با ۱۱.۲ درصد به علل ریشه‌ای مشکلات زیست‌محیطی و مواجهه با پدیده گرد و غبار پرداخته‌اند. روشن است که گام برداشتن در جهت توسعه و تسریع روند آن یکی از وظایف رسانه‌های کشورهای در حال توسعه است. در این راستا ارائه اطلاعات فرایندمدار و گام به گام مؤثر و کارگشاست. در این ارتباط می‌توان گفت بیشتر اخبار منتشر شده از این دو خبرگزاری (۹۲ درصد) از نوع رویدادمدار و تنها ۸ درصد نیز از نوع فرایندمدار بوده است. از مجموع ۱۰۳۴ مطلب دو خبرگزاری «ایرنا» و «ایسنا»، تنها ۱۰۸ مورد برابر با ۱۰.۴ درصد آموزش رفتار زیست‌محیطی و مواجهه با پدیده گرد و غبار داشته است.

مفاهیم کلیدی: رویدادهای محیط زیستی، خبرگزاری ایسنا، خبرگزاری ایرنا، برجسته‌سازی، توسعه پایدار

<sup>۱</sup> عضو هیأت علمی پژوهشکده مطالعات فناوری‌های نوین سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران  
shafiei\_n77@irost.com

## مقدمه و بیان مسأله

شناخت و مطالعه سیاست‌های رسانه‌ای در قبال مسایل زیست‌محیطی خوزستان و این که تا چه میزان سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای در انتشار اخبار محیط زیست، به‌ویژه در خوزستان تأثیرگذار بوده‌اند، مبنا و اساس این پژوهش است. محیط زیست که یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار در حیات انسانی است، به عاملی برای دستیابی به توسعه زود هنگام بر اساس دیدگاه‌های سودمحور موجود در جهان سرمایه‌داری تبدیل شده است. از این‌رو، حفاظت از محیط زیست به‌عنوان اثربخش‌ترین ساز و کار بشر برای مقابله با بزرگ‌ترین چالش قرن؛ یعنی توسعه پایدار شناخته شده است (Dabiri & Vahed Navdan, 2021:166).

امروزه شرایط زیست‌محیطی به گونه‌ای شده است که گاهی مردم یک شهر یا حتی یک کشور از آثار آلودگی شهر یا کشورهای دیگر در امان نیستند. مسئله‌ای که برای مثال درباره پدیده ریزگردها در برخی استان‌های کشور به‌ویژه در خوزستان اتفاق افتاده است.

اصل پنجاهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به صراحت حفاظت از محیط زیست را وظیفه‌ای عمومی بیان داشته است؛ اما به رغم این تصریح قانونی، وضعیت محیط زیست در ایران نگران‌کننده است. به گونه‌ای که رتبه ایران در گزارش «شاخص عملکرد محیط زیست EPI» در سال ۲۰۰۶، از میان ۱۳۳ کشور جهان با عدد شاخص ۷۰ در مقام ۵۳ قرار گرفته است و در ارزیابی بعدی در سال ۲۰۰۸، رتبه عملکرد محیط زیست ایران با ۱۵ پله نزول به ۶۸ می‌رسد و در آخرین رده‌بندی در سال ۲۰۱۰ نیز محیط زیست ایران با ۱۰ پله نزول مجدد و امتیاز اندک ۶۰ به رتبه ۷۸ تنزل یافته است.

انتشار این آمار رسمی نشان می‌دهد که بازیگران عرصه محیط زیست ایران اعم از توده‌های مردم، جامعه دانشگاهی، بنگاه‌های اقتصادی و در رأس همه دولت، در زمینه حفاظت از محیط زیست و جلوگیری از گسترش تخریب و آلودگی آن ناموفق بوده‌اند. با اندکی بررسی می‌توان دریافت که یکی از مهم‌ترین مشکلات و موانع موجود در عرصه حفاظت از محیط زیست در ایران، نبود آگاهی و اطلاعات کافی در تمام لایه‌های جامعه است (Ramezani, 2022:68).

برخی از اندیشمندان معتقدند با استفاده از رسانه‌ها، به راحتی می‌توان یک جریان فکری به وجود آورد؛ بنابراین، اتکا به رسانه‌ها می‌تواند به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردها و استراتژی‌ها در امر حفاظت از محیط زیست، فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن فرهنگ نگهداری از محیط زیست ایفای نقش کند (Dabiri & Vahed Navdan, 2021:168).

تحقیقات نشان می‌دهد که اولین گام در فرایند بهبود محیط زیست، دستیابی به اطلاعات از طریق رسانه‌ها است. رسانه‌ها از این قابلیت و توانایی برخوردارند تا مسایل و دغدغه‌های زیست‌محیطی را به زندگی روزمره مردم کشانده و آن را تبدیل به فرهنگ عمومی کنند (Hartman, 2008: 14). رسانه‌ها می‌توانند در نقش آموزگار دائمی ظاهر شوند و از دوران طفولیت تا کهنسالی مخاطبان‌شان، نقش آگاهی‌دهی و آموزش در زمینه مسائل زیست‌محیطی را بر عهده داشته باشند. از جمله وظایف رسانه‌های جمعی آموزش و آگاهی‌بخشی به مردم و پیوند دادن نخبگان و صاحب‌نظران با مسئولان از یک سو و با مردم از سوی دیگر است. رسانه‌ها همچنین می‌توانند در شناسایی و شناساندن وظایف و مسئولیت‌ها و انتظارات مردم، طرح نقدها و تحلیل‌ها و پیشنهادهای نخبگان و صاحب‌نظران و معرفی سیاست‌ها و برنامه‌ها و عملکردهای مسئولان وارد عمل شده و رابطه‌ای میان آنها ایجاد کنند، به نحوی که هر یک از سه رأس این مثلث را بر آن دارد تا به وظایف خود در قبال جامعه به نحو مطلوبی عمل نمایند.

علاوه بر این، رسانه‌ها به‌عنوان تأثیرگذارترین، در دسترس‌ترین و کم‌هزینه‌ترین ابزار برای توسعه آگاهی‌های بشر در ارتباط با توجه به محیط زیست و ترویج و عمومی‌سازی علم محیط زیست جایگاه ویژه‌ای دارند. بر اساس ماهیت و کارکرد رسانه‌ها که می‌توانند در کوتاه‌ترین زمان، بیشترین پیام را به مخاطب منتقل کنند. با توجه و اعمال سیاست‌های رسانه‌ای، عمومی‌سازی علم در جامعه تسهیل یافته و سرعت می‌یابد. (Ghadimi, 2016:12).

کم‌توجهی به مسائل زیست‌محیطی خوزستان از جمله پدیده ریزگردها که بسیاری از استان‌های غربی کشور هم‌چون ایلام، کرمانشاه و ... نیز درگیر این پدیده هستند و استان خوزستان در بین استان‌های کشور، مهم‌ترین کانون درگیری این پدیده زیان‌بار است که در سال‌های اخیر محیط زیست خوزستان را تهدید و با مخاطرات زیادی رو به رو ساخته است؛ از این‌رو به نظر می‌رسد اگر رسانه‌ها بتوانند سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی درستی در انتشار اخبار مربوط به مسایل زیست‌محیطی داشته باشند؛ به مدد توسعه اطلاعات و ارتقای فرهنگ عمومی مردم و مسئولین می‌توانند تا حد زیادی بر مشکلات زیست‌محیطی چیره شوند یا دست کم از سرعت مخاطرات جلوگیری کنند.

با توجه به آنچه که در ارتباط با جایگاه رسانه‌ها ذکر گردید، خبرگزاری‌های ایرنا و ایسنا که بیشترین خبر را در رابطه با مسایل محیط زیست استان خوزستان تولید کرده‌اند به دلیل قدمت و اعتبار و همچنین حجم زیاد ارجاع به این دو خبرگزاری نسبت به سایر رسانه‌های استان در این تحقیق مورد مطالعه قرار می‌گیرند. بر این اساس، در این پژوهش سعی شده که

سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای را در این باره بررسی گردد و اخبار دو خبرگزاری «ایرنا» و «ایسنا» در بازه زمانی سال ۱۳۹۶ تحلیل محتوا شود.

### پیشینه پژوهش

این پژوهش برداشتی از مفاهیم توسعه پایدار، محیط زیست و نقش و تأثیر رسانه‌ها بر جامعه است. ما در این پژوهش، نظریه برجسته‌سازی را به‌عنوان چارچوب نظری در نظر گرفته‌ایم تا استانداردها و معیارهای سیاست‌گذاری تخصصی رسانه‌ای در حوزه محیط زیست را از سیاست‌های سیاسی تمییز دهیم.

سرآغاز کاربرد الگوی برجسته‌سازی در مطالعات مربوط به ارتباطات جمعی در زمینه محیط و مسائل زیست‌محیطی، در سال ۱۹۶۸ آشکار و به مسئله‌ای برای ایجاد نگرانی‌های سیاسی و عمومی تبدیل شد و شاید تعجب‌آور نباشد که اگر چه ممکن است این مسئله نسبتاً تصادفی باشد؛ اما برجسته‌سازی به‌عنوان یک رویداد نسبتاً غالب، برای مطالعه نقش رسانه‌ها در ارتباط با مسائل محیطی به اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ مربوط می‌شود. بنابراین فانکاورز در مطالعه خود با عنوان «مسائل دهه ۱۹۶۰» متوجه شد که مطابقت بسیار زیادی میان بسیاری از گزارش‌ها و موضوعات خبری از جمله «محیط زیست» وجود دارد که در این زمینه مجله خبری آمریکا در دهه ۱۹۶۰ در زمینه این قبیل مسائل از بیشترین تسلط برخوردار بود، که در بررسی‌های گالوپ به‌عنوان «مهم‌ترین مشکلی که آمریکایی‌ها با آن روبرو هستند» معرفی شد. همچنین این مجله به این نتیجه رسید که رسانه‌های خبری تصویری کاملاً درست از آنچه که در میان ملت در طول دهه ۱۹۶۰ در حال وقوع بوده، ارائه ندادند (Funkhouser, 1973:73).

مطالبی که در اینجا ارائه می‌شود به این نکته اشاره دارد که میزان توجهی که رسانه‌ها به یک مسئله نشان داده‌اند و تأثیر آن بر روی افکار عمومی شدیداً مشهود است. اگر چه به نظر می‌رسد میزان توجه رسانه‌ها، دقیقاً با نگرش‌های عمومی‌ای که مسائل و سیاست‌های مربوطه را مورد توجه قرار می‌دهند، در ارتباط باشد.

موضوع نظر سنجی گالوپ تحت عنوان «مهم‌ترین مشکلی که آمریکا با آن روبروست، چیست؟» ممکن است که عملاً مفهوم تحلیلی غیر مستقیم رسانه‌های خبری باشد که به جای عمق مسئله سطح افکار عمومی را نشان می‌دهد (Sampei & et. al, 2009:110).

پژوهش‌های انجام شده، به این نکته اشاره می‌کنند که دلایل خوبی برای داشتن انتظار تأثیرگذاری در زمینه برنامه‌ریزی در ارتباط با مسائل زیست‌محیطی از جانب رسانه‌ها وجود

دارد. مسائل محیطی اغلب و نه همیشه جزو آن دسته از مسائلی محسوب می‌شوند که محققان آن را مسائل بدون جنجال معرفی می‌کنند. این بدین معناست که این مسائل اغلب به آسانی مشاهده نمی‌شوند و یا به صورت بی‌واسطه نمی‌توان آنها را تجربه کرد. همین فقدان نسبی مشاهده مستقیم این مسائل، این امکان را برای رسانه‌ها به وجود می‌آورد که به‌عنوان منبع اصلی اطلاعات، وارد عمل شوند (Hansen, 2010:169).

در رویارویی با این مسائل چنین به نظر می‌رسد که به‌عنوان مثال اگر تغییرات جوی و مسائل ریزگردها یک مسئله خیلی جنجال برانگیز محسوب نمی‌شود، در متن مطالعات مربوط به تنظیم برنامه‌ها، تغییرات آب و هوایی همه جا در اطراف ما دیده می‌شود و همه می‌توانند آن را به‌صورت بی‌واسطه مشاهده و تجربه کنند. اهمیت این مسئله از آن روست که هر یک از نشانه‌های مربوط به تغییرات جوی و مسائل زیست‌محیطی خوزستان از جمله مسئله ریزگردها که ما در اطراف خود مشاهده می‌کنیم، آن چیزی است که اغلب از طریق رسانه‌ها به ما گفته شده است.

زمانی مطالعات اولیه مربوط به برجسته‌سازی رسانه‌ها و پوشش‌های خبری متمرکز بر اهمیتی بود که از طریق مطالعه افکار عمومی به مسائل مختلف اختصاص داده شده بود؛ اما بیشتر پژوهش‌های برجسته‌سازی اخیر بر تعاملات پیچیده موجود در میان بسیاری از اولویت‌های عموم، برنامه‌های رسانه، برنامه‌ها و دستورهای سیاسی، نشانه‌های دنیای واقعی و افکار عمومی متمرکز شده است (Gharibzadeh, 2010:167).

در یک پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «نقش تلویزیون در ارتقای فرهنگ زیست‌محیطی مردم: بررسی دیدگاه‌های متخصصان ارتباطات و محیط زیست» به بررسی نقش رسانه در فرهنگ زیست‌محیطی شهروندان پرداخته شده است. رسانه‌ها ضمن برجسته‌سازی مسائل محیط زیست و آگاهی‌بخشی درباره خطراتی که متوجه محیط زیست است با اعلام سیاست‌ها، اقدامات و وعده‌های دولت در افزایش پاسخگویی تصمیم‌گیران سیاسی و دولت‌مردان به مسائل زیست‌محیطی مؤثر است. این در حالی است که کمتر شاهد اطلاع‌رسانی در ارتباط با محیط زیست از سوی تلویزیون بوده‌ایم و رسانه ملی که باید بیشترین نقش را در این امر داشته باشد کمترین توجه را نسبت به محیط زیست دارد. پاسخگویان در این مهم اشتراک داشته‌اند که به‌طور قطع مهم‌ترین عاملی که در حفظ و حراست از محیط زیست می‌تواند نقش اول و اساسی ایفا کند، بسیج و تحریک انگیزه‌های مردمی است و چه انگیزه‌های بالاتر از این آگاهی و شناخت برای عموم که بقای آن بسته به

محیط زیست سالم است و این رسانه‌ها به‌خصوص تلویزیون هستند که توانایی ایجاد این انگیزه در بین مردم در سطح وسیع را دارند (Gharibzadeh, 2010).

در پژوهش دیگری با عنوان «بررسی رابطه بین دانش زیست‌محیطی و نگرش‌ها، با رفتارهای حفاظت از محیط زیست» که پایان‌نامه‌ای در مقطع کارشناسی ارشد است به اثرگذاری نگرش‌های زیست‌محیطی بر حفاظت از محیط زیست پرداخته شده است. در این پژوهش از پرسش‌نامه رفتار محافظت از محیط زیست و مقیاس نگرش‌های محیطی «تامپسون»، «برتون» و از سه خرده مقیاس انسان‌مداری، بی‌تفاوتی، محیط‌مداری استفاده گردیده است. پرسش‌نامه بر روی ۲۴۲ دانشجو از چهار رشته رشته محیط زیست، جغرافیای طبیعی، تاریخ و روان‌شناسی اجرا شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین دانشجویانی که این واحدها را گذرانده‌اند تفاوت معناداری وجود دارد. این نتایج نشان‌دهنده این امر است که دانش کسب شده از موضوعات محیطی منجر به افزایش رفتارهای حفاظت از محیط می‌شود. همچنین نتایج نشان می‌دهند که دانشجویان جغرافیای طبیعی دارای نگرش‌های محیط‌مدارانه‌تری در مقایسه با سه رشته دیگر هستند. تفاوت احتمالی می‌تواند ناشی از واحدهایی باشد که دانشجویان جغرافیای طبیعی می‌گذرانند (Rezvani, 2005).

در مقاله‌ای با عنوان «ارتباطات، رسانه‌ها و محیط زیست» (آندره هانسن: ۲۰۱۱) با جستجو در باب پژوهش ارتباطات زیست‌محیطی در چهار دهه گذشته، برخی روندها و رویکردهای اصلی در پژوهش را ترسیم می‌نماید که به نقش رسانه‌ها و فرایندهای ارتباطی در تعریف، توضیح و بحث عمومی و سیاسی موضوعات و مسائل زیست‌محیطی می‌پردازد. این‌گونه استدلال می‌شود که نخست لازم است تا سه کانون اصلی پژوهش ارتباطی بر روی موضوعات زیست‌محیطی و رسانه‌ای تولید / ساخت پیام‌های رسانه‌ای و ارتباطات عمومی، محتواها / پیام‌های ارتباطات رسانه‌ای، و تأثیر رسانه و ارتباطات عمومی بر درک سیاسی / عمومی و اقدام در خصوص محیط زیست را که بنا بر سنت نسبتاً از یکدیگر متمایز هستند، با یکدیگر مرتبط شوند. دوم لازم است تا رسانه و پژوهش ارتباطی در مورد موضوعات و مناقشات زیست‌محیطی، با دغدغه‌های جامعه‌شناسی کلاسیک، در خصوص قدرت و نابرابری در فضای عمومی با یکدیگر مرتبط شوند و به‌ویژه از نظر آشکار کردن این مسئله که چگونه قدرت فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بر ماهیت ارتباطات رسانه‌ای، در مورد محیط زیست تأثیرگذار است. محیط زیست به‌ویژه در این اواخر به شکل تغییرات اقلیمی، بیش از سه و 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.

در پژوهشی با عنوان «مطالعه پوشش خبری رسانه‌ها از تغییرات آب و هوایی در پرو» به بررسی گزارش‌های روزنامه‌ها در پرو در طی پنجمین نشست سران اتحادیه اروپا آمریکای لاتین و کارائیب در ماه می سال ۲۰۰۸ پرداخته شده است. این پژوهش برای ارزیابی اکتشافی اولیه پوشش خبری بر چارچوب‌ها و منابع خبری متمرکز می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌ها عمدتاً بر منابع دولتی متکی بوده و به صداهای مخالف همچون طرفداران محیط زیست طبیعی، کمتر بها می‌دهند. به‌علاوه تاکاهاشی به این نتیجه رسید که چارچوب‌های «راه‌حل‌ها» و «تأثیرات» شایع بوده و در چارچوب‌های «سیاست» و «علم» محدود هستند. نتایج این پژوهش می‌تواند مرجعی برای مطالعات جامع‌تر باشد چرا که این مطالعه یکی از نخستین پژوهش‌هایی است که بر روی پوشش رسانه‌ای در کشورهای در حال توسعه انجام شده است (Takahashi, 2011).

در این مقاله سعی خواهد شد با رویکرد برجسته‌سازی به تحلیل محتوای پوشش خبری دو خبرگزاری «ایرنا» و «ایسنا» در راستای پرداخت به مسائل زیست‌محیطی خوزستان پرداخته شود؛ از این‌رو، با توجه به آنچه گفته شد، سؤالات پژوهش بنا به ضرورت روش تحقیق، در شش محور طرح می‌شود:

۱. خبرگزاری‌های ایرنا و ایسنا در پوشش خبری مسائل زیست‌محیطی خوزستان از چه سبک‌های خبری استفاده می‌کنند؟
۲. ارزش‌های خبری مورد توجه دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در پوشش خبری مسائل زیست‌محیطی خوزستان چه ارزش‌هایی است؟
۳. دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در پوشش خبری مسائل زیست‌محیطی خوزستان هر کدام چه جهت‌گیری (دولتی و مردمی) دارند؟
۴. اخبار و گزارش‌های زیست‌محیطی دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در خوزستان فرایندمدار بوده است یا رویدادمحور؟
۵. رویکرد محتوایی دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در پوشش خبری مسائل زیست‌محیطی خوزستان بر چه محتوایی استوار است؟ (آموزشی، اطلاع‌رسانی، انتقادی، هشدار دهنده، پیشنهادی).
۶. آیا دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در پوشش خبری مسائل زیست‌محیطی خوزستان به علل ریشه‌ای مسائل زیست‌محیطی پرداخته‌اند؟

## روش‌شناسی پژوهش

همان‌گونه که اشاره شد در این مقاله با روش تحلیل محتوای کمی به بررسی مقایسه‌ای چگونگی بازتاب رویدادهای مهم زیست‌محیطی خوزستان در دو خبرگزاری «ایرنا» و «ایسنا» خواهیم پرداخت. روش تحلیل محتوای کمی، شیوه‌ای سیستماتیک برای نسبت دادن اعداد به واحدهای متن است. به بیان دیگر، این روش آزمون نظام‌مند و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی‌ای است که طی آن، ارزش‌های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری به متن نسبت داده می‌شوند. سپس، با بهره‌گیری از روش‌های آماری، روابط بین آن ارزش‌ها تحلیل می‌شود. این فرآیند به منظور توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معانی آن با پی بردن به بافت و زمینه ارتباط، هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف صورت می‌پذیرد (Raif & *et. al.*, 2009: 25).

جامعه آماری این تحقیق شامل خروجی‌هایی است که از دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در خوزستان به‌دست آمده است. خبرگزاری‌های یاد شده به این دلیل گزینش شده‌اند که بیشترین گزارش‌ها درباره مسائل زیست‌محیطی خوزستان را می‌توان در آن‌ها یافت. از این‌رو، جامعه آماری این پژوهش تمام اطلاعات بازتاب یافته در رسانه‌های یاد شده در سال ۱۳۹۶ است. از آنجایی که تمام اخبار مورد تحلیل قرار گرفته است دیگر نیازی به نمونه‌گیری و حجم نمونه نیست.

*واحد تحلیل:* واحد تحلیل به معنی واحدهایی است که از نظر آماری تحلیل می‌شوند تا به سوال تحقیق جواب داده شود.

*واحد شمارش:* داده‌ها بر حسب فراوانی وقوع، یا برحسب فضا و یا زمان پخش به‌طور عددی توصیف می‌شوند. به‌عبارتی واحدهایی که بر اساس کمی شدن باید انجام شود واحد شمارش اطلاق می‌شود. واحد شمارش و واحد ثبت می‌تواند یکی باشد (Holsti, 2001: 186).

*واحد ثبت:* بخش خاصی از محتوا که با قرار گرفتن در مقوله‌ای معین مشخص می‌شود که از نظر هولستی به پنج واحد طبقه‌بندی می‌شود:

- ۱- کلمه یا نماد؛ ۲- موضوع؛ ۳- شخصیت؛ ۴- جمله یا پاراگراف ۵- عنوان.

در این تحقیق، خبر به‌عنوان واحد تحلیل، تعداد خبرها به‌عنوان واحد شمارش و مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها به‌عنوان واحد ثبت، مورد نظر است.

برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد و یا پایایی این پژوهش از فرمول اسکات استفاده شد. در این روش بعد از کدگذاری، حدود ۱۰ درصد از مطالب مربوط به نوع مطلب زیست‌محیطی



(رویدادمدار یا فرایندمدار بودن)، سبک مطلب (خبر، گزارش، مصاحبه)، پرداختن به علل ریشه‌ای مشکلات زیست‌محیطی که قابل قضاوت ارزشی هستند، مجدداً کدگذاری شد و درصد موارد توافق بین دو مرحله کدگذاری محاسبه گردید و درصد توافق مورد انتظار نیز از مجموع مجدورات درصدهای زیر مقوله‌ها به دست آمد و با قرار دادن درصدهای توافق مشاهده شده و مورد انتظار در فرمول اسکات ضریب قابلیت اعتماد برای مقوله نوع مطلب زیست‌محیطی ۸۶ درصد، سبک مطلب ۸۱ درصد و پرداختن به علل ریشه‌ای مشکلات زیست‌محیطی ۷۹ درصد به دست آمد. از آنجا که ضریب قابلیت اعتماد برای هر سه متغیر بیش از ۷۰ درصد بود، بنابراین می‌توان به‌طور نسبی به عینیت پژوهش اطمینان کرد. فرمول اسکات به شرح زیر است:

$$\text{ضریب قابلیت اعتماد} = \frac{PO - PE}{1 - PE}$$

$$PO = \text{توافق مشاهده شده}$$

$$PE = \text{توافق مورد انتظار}$$

به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق برگه‌های کدگذاری و طبق دستورالعمل کدگذاری، اطلاعات جمع‌آوری شده، کدگذاری شدند و سپس کدها استخراج شده و داده‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS پردازش شدند و در نهایت با توجه به آمار توصیفی و استنباطی و آزمون کای اسکوتر و وی کرامرز اطلاعات توصیف و تبیین می‌شود.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو بخش ارائه می‌شود: جداول و نمودارهای توصیفی و جداول استنباطی همراه با آزمون‌های آماری. داده‌های به دست آمده از این تحقیق با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS، پس از ورود اطلاعات دسته‌بندی شده و به‌صورت جداول توصیفی به دست آمد. در بخش جداول و نمودارهای توصیفی، اطلاعات آماری هر کدام از مقوله‌های طراحی شده به‌صورت تعداد و درصد، همراه با نمودار درصدی، مشخص می‌شود. اطلاعات مربوط به هر کدام از متغیرهای تحقیق به‌صورت جداول توصیفی و نمودار ارائه می‌شود. سپس جداول دو بعدی و استنباطی که شامل آزمون‌های آماری است برای بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق مطرح می‌شوند.

## الف) نتایج توصیفی

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد مطالب سایتها بر حسب نام سایت

Table 1: Distribution of Frequency and Percentage of Site Content by Site Name

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	نام سایت
Cumulative Percentage	Percentage	Frequency	Site Name
۴۵	۴۵	۴۵۶	ایرنا
۱۰۰	۵۵	۵۶۹	ایسنا
	۱۰۰	۱۰۳۴	جمع

جدول بالا نشان می‌دهد که از مجموع ۱۰۳۴ خبر، بیشتر خبرهای بررسی شده در این تحقیق (۵۵ درصد) مربوط به خبرگزاری ایسنا بوده است. ۴۵ درصد نیز به اخبار ایرنا تعلق داشته است.

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصد سبک مطلب

Table 2: Frequency Distribution and Percentage of Content Style

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	سبک مطلب
Cumulative Percentage	Percentage	Frequency	Article Style
۹۲/۶	۹۲/۶	۹۵۸	خبر
۹۹/۸	۷/۲	۷۴	گزارش
۱۰۰/۰	۰/۲	۲	مصاحبه
	۱۰۰/۰	۱۰۳۴	جمع

جدول ۲ نشان می‌دهد که سبک ارائه بیشتر مطالب این دو خبرگزاری خبر بوده است. از مجموع ۱۰۳۴ مطلب تنها دو مورد مصاحبه و ۷۴ مورد در قالب گزارش بوده است.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصد محتوای کلی مطلب سایتها

Table 3: Frequency Distribution and Percentage of Overall Content of Sites

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	محتوای کلی
Cumulative Percentage	Percentage	Frequency	Total Content
۶۹/۵	۶۹/۵	۷۱۹	اطلاع‌رسانی
۷۳/۷	۴/۲	۴۳	آموزشی
۸۳/۳	۹/۶	۹۹	هشداردهنده
۹۲/۶	۹/۳	۹۶	انتقادی
۹۳/۳	۰/۸	۸	پیشنهادی
۱۰۰/۰	۶/۷	۶۹	یک و دو
	۱۰۰/۰	۱۰۳۴	جمع

جدول ۳ نشان می‌دهد که بیشتر محتوای خبرهای مربوط به این دو دو خبرگزاری (۶۹.۵ درصد) اطلاع‌رسانی بوده است. ۹.۶ درصد هشدار دهنده، ۹.۳ درصد انتقادی، ۶.۷ درصد آموزشی و اطلاع‌رسانی، ۴.۲ درصد آموزشی و ۰.۸ درصد نیز پیشنهادی بوده است.

**جدول ۴: توزیع فراوانی و درصد رویکرد مطلب سایتها**

**Table 4: Frequency Distribution and Percentage of Content Approach of Sites**

رویکرد مطلب	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
<i>Content Approach</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percentage</i>	<i>Cumulative Percentage</i>
فرایندمحور	۸۳	۸/۰	۸/۰
رویدادمحور	۹۵۱	۹۲/۰	۱۰۰/۰
جمع	۱۰۳۴	۱۰۰/۰	

جدول ۴ نشان می‌دهد که بیشتر خبرهای منتشر شده از این دو خبرگزاری (۹۲ درصد) از نوع رویدادمدار و ۸ درصد نیز از نوع فرایندمدار بوده‌اند.

**جدول ۵: توزیع فراوانی و درصد جهت‌گیری مطلب سایتها**

**Table 5: Frequency Distribution and Percentage of Content Orientation of Sites**

جهت‌گیری مطلب	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
<i>Content Orientation</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percentage</i>	<i>Cumulative Percentage</i>
دارد	۹۸	۹/۵	۹/۵
ندارد	۹۲۰	۸۹/۰	۹۸/۵
خنثی	۱۶	۱/۵	۱۰۰/۰
جمع	۱۰۳۴	۱۰۰/۰	

جدول ۵ نشان می‌دهد که بیشتر خبرهای پخش شده از این دو رسانه خبری (۸۹ درصد) جانبداری و جهت‌گیری در پوشش رویدادهای مربوط به پدیده گرد و غبار نداشته‌اند. ۹.۵ درصد دارای جهت‌گیری و ۱.۵ درصد نیز دارای جهت‌گیری خنثی بوده‌اند.

## جدول ۶: توزیع فراوانی و درصد آموزش رفتار زیست‌محیطی

Table 6: Frequency and Percentage Distribution of Environmental Behavior Training

آموزش رفتار زیست	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
<i>Behavioral Education</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percentage</i>	<i>Cumulative Percentage</i>
دارد	۱۰۸	۱۰/۴	۱۰/۴
ندارد	۸۲۷	۸۰/۰	۹۰/۴
بدون ربط	۹۹	۹/۶	۱۰۰/۰
جمع	۱۰۳۴	۱۰۰/۰	

جدول ۶ نشان می‌دهد که از مجموع ۱۰۳۴ مطلب سایت‌ها تنها ۱۰۸ مورد برابر با ۱۰.۴ درصد آموزش رفتار زیست‌محیطی و مواجهه با پدیده گرد و غبار داشته است. ۹۹ مورد برابر با ۹.۶ درصد بدون ربط و ۸۲۷ مورد برابر با ۸۰ درصد نیز هیچ اشاره‌ای به آموزش رفتار زیست‌محیطی نداشته‌اند.

## جدول ۷: توزیع فراوانی و درصد پرداختن به مشکلات زیست‌محیطی

Table 7: Frequency Distribution and Percentage of Addressing Environmental Problems

پرداختن به مشکلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
<i>Addressing Problems</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percentage</i>	<i>Cumulative Percentage</i>
دارد	۶۰۱	۵۸/۱	۵۸/۱
ندارد	۳۵۴	۳۴/۲	۹۲/۴
بدون ربط	۷۹	۷/۶	۱۰۰/۰
جمع	۱۰۳۴	۱۰۰/۰	

جدول ۷ نشان می‌دهد که از مجموع ۱۰۳۴ مطلب سایت‌ها ۶۰۱ مورد برابر با ۵۸.۱ درصد به مشکلات زیست‌محیطی و پدیده گرد و غبار پرداخته است. ۷۹ مورد برابر با ۷.۶ درصد بدون ربط و ۳۵۴ مورد برابر با ۳۴/۲ درصد نیز هیچ اشاره‌ای به مشکلات زیست‌محیطی نداشته‌اند.

**جدول ۸:** توزیع فراوانی و درصد پرداختن به علل ریشه‌ای مشکلات زیست‌محیطی

**Table 8:** Frequency Distribution and Percentage of Addressing the Root Causes of Environmental Problems

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	علل ریشه‌ای مشکلات
<i>Cumulative Percentage</i>	<i>Percentage</i>	<i>Frequency</i>	<i>Root Causes of Problems</i>
۱۱/۲	۱۱/۲	۱۱۶	دارد
۹۱/۶	۸۰/۳	۸۳۰	ندارد
۱۰۰/۰	۸/۴	۸۸	بدون ربط
	۱۰۰/۰	۱۰۳۳	جمع

جدول ۸ نشان می‌دهد که از مجموع ۱۰۳۴ مطلب سایت‌ها تنها ۱۱۶ مورد برابر با ۱۱.۲ درصد به علل ریشه‌ای مشکلات زیست‌محیطی و مواجهه با پدیده گرد و غبار پرداخته‌اند. ۸۸ مورد برابر با ۸.۴ درصد بدون ربط و ۸۳۰ مورد برابر با ۸۰.۳ درصد نیز هیچ اشاره‌ای به علل ریشه‌ای مشکلات زیست‌محیطی و پدیده گرد و غبار نداشته‌اند.

(ب) آمار استنباطی

**جدول ۹:** مقایسه توزیع فراوانی و درصد مطالب سایت‌ها بر حسب سبک مطلب

**Table 9:** Comparison of Frequency Distribution and Percentage of Content on Sites by Content Style

جمع	ایسنا	ایرنا	سبک مطلب
<i>Plural</i>	<i>ISNA</i>	<i>IRNA</i>	<i>Article Style</i>
۹۵۸	۵۳۲	۴۲۶	خبر
%۹۲/۶	%۹۳/۵	%۹۱/۶	
۷۴	۳۶	۳۸	گزارش
%۷/۲	%۶/۳	%۸/۲	
۲	۱	۱	مصاحبه
%۰/۲	%۰/۲	%۰/۲	
۱۰۳۴	۵۶۹	۴۶۵	جمع
%۱۰۰/۰	%۱۰۰/۰	%۱۰۰/۰	

*Sig.*:۰/۵۱۳      *df*:۲       $X^2$ :۱/۳۳۶      *Cramer's V*:۰/۰۳۶

آزمون کای اسکویر با درجه آزادی ۲ و سطح معنی داری ۰/۵۱۳ درصد، نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری ایسنا و ایرنا از نظر سبک مطالب تفاوت معنی داری وجود ندارد. در هر دو سایت بیشترین سبک مطالب مربوط به خبر است. مصاحبه به یک میزان است و تنها سایت ایرنا دو مورد گزارش بیستر از سایت ایسنا داشته است.

**جدول ۱۰:** مقایسه توزیع فراوانی و درصد مطالب سایت‌ها بر حسب محتوای کلی خبر

**Table 10:** Comparison of Frequency Distribution and Percentage of Content of Sites in Terms of Overall News Content

محتوای کلی خبر	ایرنا	ایسنا	جمع
<i>General News Content</i>	<i>IRNA</i>	<i>ISNA</i>	<i>Plural</i>
اطلاع‌رسانی	۳۳۷ ٪۷۲/۵	۳۸۲ ٪۶۷/۱	۷۱۹ ٪۶۹/۵
آموزشی	۲۶ ٪۵/۶	۱۷ ٪۳/۰	۴۳ ٪۴/۲
هشدار دهنده	۵۱ ٪۱۱/۰	۴۸ ٪۸/۴	۹۹ ٪۹/۶
انتقادی	۲۵ ٪۵/۴	۷۱ ٪۱۲/۵	۹۶ ٪۹/۳
پیشنهادی	۳ ٪۰/۱	۵ ٪۰/۰۹	۸ ٪۰/۱۸
آموزشی و اطلاع‌رسانی	۲۳ ٪۴/۹	۴۶ ٪۸/۱	۶۹ ٪۶/۷
جمع	۴۶۵ ٪۱۰۰/۰	۵۶۹ ٪۱۰۰/۰	۱۰۳۴ ٪۱۰۰/۰

*Sig.:*۰/۰۰۰ *df:*۵  $X^2:$ ۲۴/۷۹ *Cramer's V:*۰/۱۵۵

آزمون کای اسکویر با درجه آزادی ۵ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ درصد، نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا از نظر محتوای کلی مطالب تفاوت معنی داری وجود دارد. این تفاوت با توجه به ضریب وی کرامر ۰/۱۵۵ است که نسبتاً تفاوت کمی را نشان می‌دهد. مقایسه محتوای کلی مطالب دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا نشان می‌دهد که در بعد اطلاع‌رسانی خبرگزاری ایرنا حدود ۵ درصد، در بعد آموزشی ۲/۶ درصد، در بعد هشداردهنده ۲/۶ درصد، بیشتر از ایسنا بوده است و از سوی دیگر خبرگزاری ایسنا در بعد انتقادی ۷ درصد، در بعد پیشنهادی ۰/۳ درصد و در بعد آموزشی و اطلاع‌رسانی ۳/۲ درصد بیشتر از ایرنا بوده است.

جدول ۱۱: مقایسه توزیع فراوانی و درصد مطالب سایت‌ها بر حسب رویکرد مطلب

**Table 11: Comparison of the Frequency Distribution and Percentage of Content on Sites by Content Approach**

جمع	ایسنا	ایرنا	رویکرد مطلب
Plural	ISNA	IRNA	Content Approach
۸۳	۴۲	۴۱	فرایندمحور
٪۸/۰	٪۷/۴	٪۸/۸	
۹۵۱	۵۲۷	۴۲۴	رویدادمحور
٪۹۲/۰	٪۹۲/۶	٪۹۱/۲	
۱۰۳۴	۵۶۹	۴۶۵	جمع
٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	

sig.:۰/۳۹۸ df:۱  $X^2$ :۰/۷۱۵ Cramer's V:۰/۰۲۶

آزمون کای اسکویر با درجه آزادی ۵ و سطح معنی‌داری ۰/۳۹۸ درصد، نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا از نظر رویکرد مطالب تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. مشاهده درصد‌های مربوط به رویکرد مطالب نیز گویای این امر است. هم‌چنین از مجموع ۴۶۵ مطلب خبرگزاری ایرنا ۱۱/۴۴۱ مورد برابر با ۸/۸ درصد و از مجموع ۵۶۹ مطلب خبرگزاری ایسنا ۴۲ مورد برابر با ۷/۴ درصد فرایندمحور بوده‌اند.

جدول ۱۲: مقایسه توزیع فراوانی و درصد مطالب سایت‌ها بر حسب جهت‌گیری مطلب

**Table 12: Comparison of Frequency Distribution and Percentage of Content of Sites According to Content Orientation**

جمع	ایسنا	ایرنا	جهت‌گیری مطلب
Plural	ISNA	IRNA	Content Orientation
۹۸	۴۱	۵۷	دارد
٪۹/۵	٪۷/۲	٪۱۲/۳	
۹۲۰	۵۲۸	۳۹۲	ندارد
٪۸۹/۰	٪۹۲/۸	٪۸۴/۳	
۱۶	۰	۱۶	خنثی
٪۱/۵	٪۰/۰	٪۳/۴	
۱۰۳۴	۵۶۹	۴۶۵	جمع
٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	

Sig.:۰/۰۰۰ df:۲  $X^2$ :۲۸/۵۴ Cramer's V:۰/۱۶۶

آزمون کای اسکویر با درجه آزادی ۲ و سطح معنی داری ۰.۰۰۰ درصد، نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا از نظر جهت‌گیری مطالب تفاوت معنی‌داری وجود دارد. این تفاوت با توجه به ضریب وی کرامر ۰/۱۶۶ است که نسبتاً تفاوت کمی را نشان می‌دهد. مقایسه جهت‌گیری مطالب دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا نشان می‌دهد که اخبار خبرگزاری ایرنا ۵ درصد بیشتر از خبرگزاری ایسنا جهت‌گیری را نشان می‌دهد. همچنین از مجموع ۴۶۵ مطلب خبرگزاری ایرنا ۵۷ مورد برابر با ۱۲.۳ درصد و از مجموع ۵۶۹ مطلب خبرگزاری ایسنا ۴۱ مورد برابر با ۷.۲ درصد جهت‌گیری را داشته‌اند.

**جدول ۱۳:** مقایسه توزیع فراوانی و درصد مطالب سایت‌ها بر حسب آموزش رفتارهای زیست‌محیطی

**Table 13:** Comparison of Frequency Distribution and Percentage of Content of Sites in Terms of Environmental Behavior Education

آموزش رفتار زیست	ایرنا	ایسنا	جمع
<i>Behavioral Education</i>	<i>IRNA</i>	<i>ISNA</i>	<i>Plural</i>
دارد	۵۳	۵۵	۱۰۸
	٪۱۱/۴	٪۹/۷	٪۱۰/۴
ندارد	۳۵۳	۴۷۴	۸۲۷
	٪۷۵/۹	٪۸۳/۳	٪۸۰/۰
بدون ربط	۵۹	۴۰	۹۹
	٪۱۲/۷	٪۷/۰	٪۹/۶
جمع	۴۶۵	۵۶۹	۱۰۳۴
	٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰

*Sig.:* ۰/۰۰۴    *df:* ۲     $X^2:$  ۱۱/۰۳۹    *Cramer's V:* ۰/۱۰۳

آزمون کای اسکویر با درجه آزادی ۲ و سطح معنی داری ۰.۰۰۴ درصد، نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا از نظر آموزش رفتارهای زیست‌محیطی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. این تفاوت با توجه به ضریب وی کرامر ۰/۱۰۳ است که تفاوت جزئی را نشان می‌دهد. مقایسه درصدهای مربوط به آموزش رفتارهای زیست‌محیطی مطالب دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا نشان می‌دهد که سایت ایرنا بیش از ایسنا به آموزش رفتارهای زیست‌محیطی در مطالب خود توجه نشان داده است؛ همچنین از مجموع ۴۶۵ مطلب خبرگزاری ایرنا ۱۱.۴ درصد و از مجموع ۵۶۹ مطلب خبرگزاری ایسنا ۹.۷ درصد آموزش رفتارهای زیست‌محیطی را داشته‌اند.



جدول ۱۴: مقایسه توزیع فراوانی و درصد مطالب سایت‌ها بر حسب پرداختن به مشکلات پدیده گرد و غبار

**Table 14: Comparison of Frequency Distribution and Percentage of Content of Sites in Terms of Addressing Dust Problems**

جمع	ایسنا	ایرنا	پرداختن به مشکلات
Plural	ISNA	IRNA	Addressing Problems
۶۰۱	۴۳۱	۱۷۰	دارد
%۵۸/۱	%۷۵/۷	%۳۶/۶	
۳۵۴	۱۱۴	۲۴۰	ندارد
%۳۴/۲	%۲۰/۰	%۵۱/۶	
۷۹	۲۴	۵۵	بدون ربط
%۷/۶	%۴/۲	%۱۱/۸	
۱۰۳۴	۵۶۹	۴۶۵	جمع
%۱۰۰/۰	%۱۰۰/۰	%۱۰۰/۰	

Sig.:۰/۰۰۰ df:۲  $X^2$ :۱۶۱/۵۳۲ Cramer's V:۰/۳۶۵

آزمون کای اسکویر با درجه آزادی ۲ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ درصد، نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا از نظر پرداختن به مشکلات زیست‌محیطی و پدیده گرد و غبار تفاوت معنی‌داری وجود دارد. این تفاوت با توجه به ضریب وی کرامر ۰/۱۰۳ است که تفاوت متوسطی را نشان می‌دهد.

مقایسه درصدهای مربوط به پرداختن به مشکلات زیست‌محیطی و پدیده گرد و غبار دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا نشان می‌دهد که سایت ایسنا بیش از ایرنا به مشکلات زیست‌محیطی و پدیده گرد و غبار در مطالب خود توجه نشان داده است.

همچنین از مجموع ۴۶۵ مطلب خبرگزاری ایرنا ۳۶/۶ درصد و از مجموع ۵۶۹ مطلب خبرگزاری ایسنا ۷۵/۷ درصد پرداختن به مشکلات زیست‌محیطی و پدیده گرد و غبار را داشته‌اند.

**جدول ۱۵:** مقایسه توزیع فراوانی و درصد مطالب سایت‌ها بر حسب پرداختن به علل ریشه‌ای پدیده گرد و غبار

**Table 15:** Comparison of the Frequency Distribution and Percentage of Content of Sites in Terms of Addressing the Root Causes of the Dust Phenomenon

جمع	ایسنا	ایرنا	علل ریشه‌ای مشکلات
<i>Plural</i>	<i>ISNA</i>	<i>IRNA</i>	<i>Root causes of Problems</i>
۱۱۶	۶۰	۵	دارد
%۱۱/۲	%۱۰/۵	%۱۲/۰	
۸۳۰	۴۸۰	۳۵۰	ندارد
%۸۰/۳	%۸۴/۴	%۷۵/۳	
۸۸	۲۹	۵۹	بدون ربط
%۸/۵	%۵/۱	%۱۲/۷	
۱۰۳۴	۵۶۹	۴۶۵	جمع
%۱۰۰/۰	%۱۰۰/۰	%۱۰۰/۰	

*Sig.:*۰/۰۰۰      *df:*۲       $X^2:$ ۲۰/۴۷۲      *Cramer's V:*۰/۱۴۱

آزمون کای اسکویر با درجه آزادی ۲ و سطح معنی‌داری ۰.۰۰۰۰ درصد، نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا از نظر پرداختن به علل ریشه‌ای پدیده گرد و غبار تفاوت معنی‌داری وجود دارد. این تفاوت با توجه به ضریب وی کرامر ۰/۱۴۱ است که تفاوت اندکی را نشان می‌دهد. مقایسه درصدهای مربوط به پرداختن به علل ریشه‌ای پدیده گرد و غبار مطالب دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا نشان می‌دهد که سایت ایرنا بیش از ایسنا به علل ریشه‌ای پدیده گرد و غبار در مطالب خود توجه نشان داده است؛ همچنین از مجموع ۴۶۵ مطلب خبرگزاری ایرنا، ۱۲ درصد و از مجموع ۵۶۹ مطلب خبرگزاری ایسنا، ۱۰.۵ درصد پرداختن به علل ریشه‌ای پدیده گرد و غبار را داشته‌اند.

### نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش بر آن بوده است تا با استفاده از اصول حرفه‌ای حاکم بر رسانه به بررسی مسائل و رویدادهای زیست‌محیطی خوزستان سال ۱۳۹۶ و نقش دو خبرگزاری «ایسنا» و «ایرنا» در برجسته‌سازی و نمود این رویدادها پرداخته شود.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که خبر، بیشترین سبک ارائه مطلب مورد استفاده این دو خبرگزاری را تشکیل می‌دهد و دیگر سبک‌ها همچون گزارش، مصاحبه، سرمقاله و یا مقاله

جایگاه بالایی در میان این دو خبرگزاری در پوشش مسائل زیست‌محیطی خوزستان از جمله مسئله ریزگردها ندارد. از مجموع ۱۰۳۴ مطلب تنها دو مورد مصاحبه و ۷۴ مورد به صورت گزارش بوده است. توجه زیاد این دو خبرگزاری به خبررسانی موجب شده است تا تحلیل، تفسیر و ارائه گزارش در مورد مسائل زیست‌محیطی خوزستان کمتر مورد توجه قرار گیرد. امروزه مخاطبان از طریق وسایل ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی متعدد به سرعت از رویدادهای خبری مطلع می‌شوند؛ اما پیوسته در جستجوی اطلاعات و جزئیات بیشتر هستند. به همین دلیل امروزه کارکرد خبرگزاری‌ها به مانند مطبوعات به جای اطلاع‌رسانی بیشتر تشریح و تفسیر است. همچنان که در رسانه‌های توسعه‌محور، تشریح و تفسیر از اولویت برخوردار می‌باشد. این مهم در پرداخت به عوامل و ریشه‌ها نیز تأثیر گذاشته است. از مجموع ۱۰۳۴ مطلب خبرگزاری‌ها تنها ۱۱۶ مورد برابر با ۱۱.۲ درصد به علل ریشه‌ای مشکلات زیست‌محیطی و مواجهه با پدیده گرد و غبار پرداخته‌اند. در هر دو خبرگزاری بیشترین سبک مطالب مربوط به خبر است مصاحبه به یک میزان است و تنها سایت ایرنا دو مورد گزارش بیشتر از سایت ایسنا داشته است.

بر اساس یافته‌ها، بیشتر محتوای خبرهای مربوط به این دو خبرگزاری (۶۹.۵ درصد) اطلاع‌رسانی بوده است. همچنین ۸۹ درصد جانبداری و جهت‌گیری در پوشش رویدادهای مربوط به پدیده گرد و غبار نداشته‌اند. با توجه به معیارهای حرفه‌ای در رسانه‌های توسعه‌محور که کار رسانه نقادی و پرسشگری از مسئولین است، می‌توان گفت هیچ‌کدام از دو خبرگزاری در این راستا گام برنداشته‌اند. مقایسه جهت‌گیری مطالب دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا نشان می‌دهد که اخبار خبرگزاری ایرنا فقط ۵ درصد بیشتر از خبرگزاری ایسنا جهت‌گیری را نشان می‌دهد.

روشن است که گام برداشتن در جهت توسعه و تسریع روند آن یکی از وظایف و رسالت‌های رسانه‌های کشورهای در حال توسعه است. در این راستا ارائه اخبار و اطلاعات فرایندمدار و گام به گام مؤثر و کارگشاست. در این ارتباط می‌توان گفت بیشتر خبرهای پخش شده از این دو خبرگزاری (۹۲ درصد) از نوع رویدادمدار و فقط ۸ درصد نیز از نوع فرایندمدار بوده و توجه خود را به رخدادها معطوف داشته‌اند.

خبرگزاری‌های مورد بررسی در زمینه ترغیب مردم به مشارکت و پاسداشت محیط زیست و آموزش اخلاق و رفتار زیست‌محیطی چندان عملکرد مطلوبی نداشته‌اند. مردم به عنوان عواملی تأثیرگذار می‌توانند نقش یک حامی و یا یک مخرب زیست‌محیطی را بر عهده گیرند. بر اساس یافته‌های تحقیق، این دو خبرگزاری در بررسی میزان مشارکت و مسئولیت

بخش‌های مختلف جامعه با توجه به متن مطالب پرداخته شده، در ۳۵۰ مورد هیچ اشاره‌ای نداشته است، ۲۹۵ مورد نیز بدون ربط بوده است؛ اما سازمان‌ها با ۱۸۳ مورد، مردم با ۱۰۶ مورد و مسئولان دولتی با ۱۰۰ مورد به مشارکت و مسئولیت آنها در قبال پدیده گرد و غبار و مسائل زیست‌محیطی اشاره شده است. نتایج این بخش با نتایج غریب‌زاده و پیشینه پژوهش همخوانی دارد.

طبق نظریه برجسته‌سازی، رسانه‌های حرفه‌ای محیط زیست با پرداختن و اولویت دادن به مطالب مربوط به رشته محیط زیست، معضلات، چالش‌ها و ... می‌توانند ذهن شهروندان را نسبت به مسائل محیط زیست حساس کنند. همچنین، با مبنا قراردادن کارکردها و توجه به نقش رسانه‌ها به‌ویژه نقش اطلاع‌رسانی و آموزش دادن به مردم در خصوص حفظ محیط زیست و عواقب تخریب طبیعت، می‌توان به اهداف توسعه پایدار کمک کرد. در واقع، رسانه‌ها با اطلاع‌رسانی صحیح و هشدار در مورد وقایع و رویدادهای محیط زیست، آموزش فرآیندهای حفظ محیط زیست 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 محیط زیست برای نسل‌های آینده بالا ببرد.

این در حالی است که دو خبرگزاری مورد بررسی توجه چندانی به امر آموزش زیست‌محیطی و شناساندن ظرفیت‌ها و عوامل تهدیدکننده محیط زیست نداشته‌اند. از مجموع ۱۰۳۴ مطلب دو خبرگزاری «ایرنا» و «ایسنا»، تنها ۱۰۸ مورد برابر با ۱۰.۴ درصد آموزش رفتار زیست‌محیطی و مواجهه با پدیده گرد و غبار داشته است. ۹۹ مورد برابر با ۹.۶ درصد بدون ربط و ۸۲۷ مورد برابر با ۸۰ درصد به آموزش رفتار زیست‌محیطی هیچ اشاره‌ای نداشته‌اند.

### پیشنهادات پژوهش

- پژوهش‌های کمی، در جهت توصیف و شناساندن زوایای مختلف مناسب است؛ اما آنچه لازم و ضروری می‌نماید انجام پژوهش‌های کیفی در زمینه نحوه ظهور و بروز مطالب زیست‌محیطی در رسانه‌های مختلف است. این قبیل پژوهش‌ها می‌توانند در کنار کارهای کمی صورت گرفته دید جامع‌تر و دقیق‌تری ارائه دهند.
- حرفه‌ای‌های رسانه‌ای می‌باید مفاهیم توسعه پایدار را درک کنند و از این مسئله آگاهی یابند که چگونه سبک زندگی مردم، تجارت و کسب و کار، سیاست‌ها و اقدامات دولت بر توسعه پایدار تأثیر می‌گذارد. آنها می‌باید به رابطه فقر و مصرف بی‌رویه، رشد لجام‌گسیخته

و تخریب زیست‌محیطی پی ببرند و دیگر اصول پایدار را درک کنند. بنابراین درک گسترده موضوعات مرتبط با توسعه پایدار پیش نیاز گزارش برگزاری جلسات و نشست‌ها با حضور کارشناسان، اصحاب رسانه‌ها و اندیشمندان، کارگروه‌های مشترک و چند روزه به منظور ارتقای دانش روزنامه‌نگاران در ارتباط با توسعه پایدار و مسائل زیست‌محیطی است.

- دانش و مهارت می‌باید از طریق برنامه‌های آموزشی به حرفه‌ای‌های رسانه‌ها منتقل شود تا روزنامه‌نگاران به‌ویژه در سطح روزنامه‌نگاران محلی و منطقه‌ای در این خصوص متکی به خود باشند. دوره‌های آموزشی، انتشار جزوه‌های آموزشی، آموزش اصطلاحات علمی مربوط به محیط زیست، در اختیار گذاشتن تازه‌های زیست‌محیطی از جمله این برنامه‌ها می‌باشند.

**References:**

Dabiri, F.; Vahednavdan, A. (2011). "Media and the Development of Environmental Law" *Journal of Media Studies*. Vol. 6. Issue 13. (Persian).

Funkhouser, G.R. (1973). "the Issues of the 60's: an Explanatory Study in the Dynamics of Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*, No.37, Pp. 62-73.

Ghadimi, A. (2016). "The Role of Media in the Publicization of Science", *Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural and Communication Studies*, No. 42 (Persian).

Gharibzadeh, Z. (2011). "The Role of Television in Promoting People's Environmental Culture: A Study of the Views of Communication and Environmental Experts", *Master's Thesis in Communication Sciences*, Allameh Tabatabaei University (RA), Faculty of Communication and Social Sciences. (Persian).

Hansen, A. (2011). "Communication, Media and Environment: towards Reconnecting Research on the Production, Content and Social Implications of Environmental Communication", *the International Communication Gazette*, Vol. 73, No. 1-2, Pp. 7-25.

Hansen, A. (2011). "Communication, Media and Environment: towards Reconnecting Research on the Production, Content and Social Implications of Environmental Communication", *the International Communication Gazette*, Vol. 73, No. 1-2, Pp. 7-25.

Hartmann, F. (2008). "What is Media Philosophy?", Translated by Mohammad Akhgari), *Journal of Information, Wisdom and Knowledge*, Year 2, No. 4. (Persian).

Holsti, L. R. (2001). *Content Analysis in the Social and Human Sciences*. Translated by Nader Salarzadeh Amiri, Tehran, Allameh Tabatabaei University Press. (Persian).

Raif, D.; Lisi, A., Fiko; F. J. (2009). *Analysis of Media Messages*. Translated by Mahdakht Borujerdi Alavi, Tehran: Soroush. (Persian).

Ramezani Ghavamabadi, M. H. (2012). "Strategic Review of Environmental Protection Education in Iran: Necessities and Constraints", *Strategy Journal*, Year 21, Issue 65. (Persian).

Rezvani, N. (2005). "Investigating the Relationship between Environmental Knowledge and Attitudes with Environmental Protection Behaviors", Master's Thesis in Educational Sciences and Psychology, Shahid Beheshti University, Faculty of Educational Sciences and Psychology. (Persian).

Sampei, Y.; Aoyagi-Usui, M. (2009). "Mass-media Coverage, its Influence on Public Awareness of Climate-change Issues, and Implications for Japan's National Campaign to Reduce Greenhouse Gas Emissions", *Global Environmental Change*, Vol. 19, Pp.203-212.

Takahashi, B. (2011). "Framing and Sources: a Study of Mass Media Coverage of Climate Change in Peru during the V ALCUE", *Public Understanding of Science*, Vol. 20, No. 4, Pp. 543-557.

## A Comparative Study of the Reflection of Important Environmental Events in Khuzestan Province at Two News Agencies “ISNA” and “IRNA”

Neda Shafiei (Ph.D)<sup>1</sup> 

### Abstract:

The purpose of this study was to investigate media policy on environmental issues in Khuzestan's two news agencies, IRNA and ISNA, in the timeframe of 2017 and to determine the extent of media policy in environmental news dissemination, especially in Khuzestan. In this research, we highlight the theory of highlighting as a theoretical framework to distinguish between the statistical community and the use of content analysis methodologies, standards and criteria for specialized media environmental policy based on the research methodology. The findings of the study indicate that the increased attention of the two news agencies to the analysis, interpretation and reporting of environmental issues in Khuzestan has received less attention. This has also had a negative impact on addressing the causes and origins of environmental hazards and the phenomenon of microbes. Of the 1,034 news agencies, only 116 (11.2%) have addressed the root causes of environmental problems and exposure to dust. It is clear that taking steps to develop and accelerate its process is one of the tasks of the media in developing countries. In this regard, it is effective and step-by-step to provide process-oriented and step-by-step information. In this regard, it can be said that most of the news from these two news agencies (92%) were event-oriented and only 8% were process-oriented. Of the 1,034 news reports by IRNA and ISNA, only 108 had 10.4 percent environmental education and exposure to dust.

**Key Concepts:** *Environmental Events, ISNA News Agency, IRNA News Agency, Agenda-setting, Sustainable Development*

---

<sup>1</sup> Iranian Research Organization for Science and Technology, Department of Technology Development Studies (DTDS), shafiei\_n77@irost.com

