

## تحلیل فرآیند انعکاس اخبار مدیریت پسماند در روزنامه همشهری

ماندانا صنیعی<sup>۱</sup>  
علی جانمحمدی<sup>۲</sup>

### چکیده

یکی از مهمترین اهداف مدیریت پسماند، برنامه‌ریزی در جهت ایجاد بسترهای فرهنگی و اجتماعی مناسب و مورد نیاز در جامعه شهری تهران از طریق آموزش و اطلاع‌رسانی جهت بالا بردن سطح دانش، با استفاده از ظرفیت رسانه‌های جمعی، تبلیغات محیطی، مشارکت عمومی شهروندان و نهادهای مدنی تخصصی به ویژه شورایی‌های محلات است. روزنامه همشهری بیش از دیگر رسانه‌ها در جهت مدیریت پسماند فعالیت دارد. هدف از پژوهش بررسی محتوای روزنامه همشهری در انعکاس اهداف مدیریت پسماند است. روشی که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته روش تحلیل محتوا می‌باشد و به روش نمونه‌گیری تمام شمار، انتخاب و موضوعات و مسایل مرتبط با اهداف مدیریت پسماند، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جامعه آماری این تحقیق کلیه مطالب مرتبط با اهداف مدیریت پسماند روزنامه همشهری است. نتایج تحقیق بیانگر این است که روزنامه همشهری جهت انعکاس اهداف مدیریت پسماند؛ ۷/۴۳ درصد از مطالب خود را به امر فرهنگ‌سازی ۹/۹ درصد را کاهش تولید پسماند؛ ۹/۹ درصد در جهت تفکیک پسماند در مبدا تولید، ۳۱ درصد را در امر خصوصی‌سازی؛ ۸/۲ درصد را به موضوعات مرتبط با برنامه‌ریزی مناسب، ۸/۲ درصد را به مطالب مدیریت در امر ماشین‌آلات اختصاص داده است. مطالب مربوط به آموزش با فراوانی ۲۲ درصد مطالب و خدمات مربوط به خصوصی‌سازی با فراوانی ۲۲ درصد بیشترین فراوانی را در توزیع مطالب درجه دوم اهداف مدیریت پسماند به خود اختصاص داده بودند.

واژگان کلیدی: تحلیل فرآیند، مدیریت پسماند، روزنامه همشهری، تحلیل محتوا

---

<sup>۱</sup> دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق استادیار علوم ارتباطات mandanasanee@yahoo.com

<sup>۲</sup> کارشناسی ارشد علوم و ارتباطات janmohamadi52@yahoo.com

## مقدمه

در حال حاضر در شهر تهران سالیانه بیش از دو و نیم میلیون تن زباله تولید می‌شود که این میزان زباله با توجه به آنالیز انجام شده ۷۰ درصد تا ۷۵ درصد مواد آلی قابل کمپوست زباله تر و ۲۰ درصد تا ۲۵ درصد مواد خشک قابل بازیافت و ۵ درصد تا ۱۰ درصد مواد دفنی و غیر بهداشتی تشکیل گردیده است که در صورت جداسازی این مواد در مبدأ، کمک شایانی در بازیافت و دفع بهداشتی آن نموده و از آلودگی محیط زیست و از بین رفتن سرمایه های ملی جلوگیری خواهد شد. یکی از موضوعات مهمی که بخش اعظم فعالیت مدیران شهری در شهرداریها را به خود اختصاص داده است موضوع مدیریت بهینه پسماندهای تولیدی میباشد. امروزه با رشد سریع شهرنشینی، افزایش سطح در آمد و رفاه جامعه و رشد سریع اقتصادی و اجتماعی در کشورها علاوه بر افزایش کمیت و میزان تولید پسماند، تغییر الگوهای مصرف منجر به افزایش کیفیت پسماند تولید گردیده است. (سایت رسمی سازمان مدیریت پسماند شهرداری تهران). توجه به دفع پسماند و نظافت محیط، سابقه ای دیرینه دارد؛ در سال ۱۷۵۰ میلادی، نیاز به سیستمهای جدید جمع‌آوری و دفع پسماند جامد، استفاده از بارکش حمل زباله را رایج ساخت و با افزایش اقدامات بهداشتی در سطح شهرها، مدیریت پسماند به عنوان یکی از ارکان بهداشت جامعه بهای بیشتری داده شد. در مجموع شروع مدیریت پسماند، به زمانهایی باستان و استفاده دوباره از ضایعات دام و انسان در کشاورزی بر می‌گردد. مدیریت مواد به روش روشنفکرانه امروزی، در آمریکا از دهه ۱۹۴۰ و در انگلستان از دهه ۱۹۳۰ شروع شد.

## بیان مسأله

پسماند اصطلاحاً به فضولات جامد، نیمه جامد یا مایعی گفته می‌شود که ظاهراً به درد نخور بوده و دور ریخته می‌شود. پسماند خانگی شاید مهمترین بخش پسماند محسوب می‌شوند که در صورت تفکیک و مدیریت صحیح بتوانند بخشی از سرمایه های ملی را باز گردانند. امروزه به دلیل افزایش جمعیت، پسماندهای شهرها نیز افزایش یافته است. علاوه بر این رواج فرهنگ مصرف سبب شده است در شهرهای بزرگی چون تهران هر فرد روزانه ۹۰۰ گرم پسماند تولید کند. رسانه‌ها به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی کارکرد انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش‌های جوامع را برعهده دارند. در عصر کنونی با توجه به نقش بارز آنها در جامعه و اطلاع‌رسانی پیرامون موضوعات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... سعی می‌کنند الگوهای نوینی را به جوامع وارد کنند تا جایگزین فرهنگ‌ها و ارزش‌ها و الگوهای سنتی شوند. در این رهگذر رسانه‌ها به عنوان عاملان تغییر و تحول در ارزش‌ها و هنجارها مطرح هستند، به طوری که سنت‌ها را به مبارزه می‌طلبند و به

صورت یک عامل موثر در دگرگونی نگرش‌ها و رفتارهای نسل جدید عمل می‌کنند. (تسوتو ۱۳۸۰؛ ۲۲)

## مواد و روش‌ها

روش تحقیق بکار رفته در این پژوهش تحلیل محتواست. تحلیل محتوا به عنوان یک روش پژوهشی علمی، واحد مختصات و ویژگی‌هایی است که همچون هر روش علمی است و حاصل انباشت اندیشه‌ها و تجارب اندیشمندان و محققان علوم اجتماعی در مدت طولانی است و دارای ویژگی‌هایی است که آن را از سایر روشهای علمی متمایز میکند. روش اسنادی به کلیه متدهایی گفته می‌شود که در آن‌ها هدف پژوهش با مطالعه، تحلیل و بررسی اسناد و متون برآورده می‌شود. چنانچه از نام تحلیل محتوا پیداست، این تکنیک به تحلیل و آنالیز محتوا می‌پردازد و می‌کوشد با استفاده از تحلیل داده‌هایی را در مورد متن استخراج کند. با این حال آنچه تحت نام تحلیل محتوا نامیده شده است، گونه خاصی از تحلیل است که با شیوه‌های دیگری که می‌کوشند یافته‌هایی را از متن استخراج کنند، تفاوت دارد. هیژمن ۸ نوع تحلیل محتوا را شناسایی کرده و توضیح داده است، که عبارتند از: تحلیل معانی بیان، تحلیل اسطوره و روایت، تحلیل گفتمان، تحلیل ساختاری یا نشانه شناختی، تحلیل تفسیری، تحلیل محاوره، تحلیل انتقادی و تحلیل نرم‌اتیو. روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها بصورت کد گذاری انجام و داده‌های کد گذاری شده نیز بر اساس کد نامه وارد نرم افزار spss شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از آمار توصیفی و استنباطی (فراوانی، درصد، میانگین و نمودار) استفاده خواهد شد. همچنین از آزمون خی دو جهت بررسی روابط استفاده شد.

## جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه (در صورت وجود و امکان)

برای تحلیل محتوای روزنامه سراسری همشهری، به دلیل مداومت انتشار در طول سال و متعلق بودن به شهرداری تهران و دارا بودن صفحات مرتبط با عملکرد شهرداری انتخاب گردید. طریقه نمونه‌گیری به صورت تمام شماری و بررسی روزنامه در سال ۹۲ است، که پس از جمع‌آوری کلیه روزنامه‌های چاپ شده همشهری در سال ۹۲، جمعاً به تعداد ۲۷۴ نسخه رسید و پس از مطالعه مطالب مورد نظر در خصوص مدیریت پسماند، تعداد ۷۱ مطلب جهت تجزیه و تحلیل انتخاب گردید.

## واحد تحلیل

واحد تحلیل در این پژوهش مطلب است و وجه مشخص هر مطلب در روزنامه، تیتراژ است به معنی آن که کل مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند در هر روزنامه اعم از گزارش، خبر، مصاحبه، مقاله و غیره می‌باشد. به این صورت که از تیتراژ و لید شروع و تا آخرین جمله مطلب را شامل می‌شود.

## روش جمع‌آوری اطلاعات

شرح کامل روش (میدانی، کتابخانه‌ای) و ابزار (مشاهده و آزمون، پرسشنامه، مصاحبه، فیش‌برداری و غیره) گردآوری داده‌ها

ابزار به وسایلی اطلاق می‌شود که از طریق آنها، اطلاعات جمع‌آوری می‌شود (داوری، ۱۳۸۸: ۵۱).

در این پژوهش جمع‌آوری اطلاعات به شرح ذیل صورت گرفته است:

روش کتابخانه‌ای و اسنادی: استفاده از کتب، پایان نامه، نشریات و فصلنامه‌های داخلی.

روش تحلیل محتوا: تحلیل محتوا، به هر نوع فنی گفته می‌شود که در راه استنتاج منظم و عینی ویژگی‌های خاص یک متن به کار می‌آید و از ابزار پرسشنامه معکوس استفاده می‌شود. شیوه‌های این تحلیل به شرح ذیل است: الف) تحدید موضوع؛ ب) تعیین جامعه آماری؛ ج) تعیین متغیرها و یافتن پرسش‌ها؛ د) تفسیر و استنتاج نهایی.

برای گردآوری داده‌ها، نخست صفحه‌های روزنامه مورد مطالعه را انتخاب و از قبل پرسشنامه معکوس برای آن طراحی می‌کنیم. در پرسشنامه ابتدا مشخصات عمومی روزنامه، شامل نام روزنامه، شماره و تاریخ آن نوشته می‌شود و سپس اهداف مدیریت پسماند را دسته‌بندی و به صورت کدبندی وارد می‌کنیم که برای هر صفحه از یک یا دو پرسشنامه استفاده می‌شود. پژوهش حاضر از نوع توصیفی و روش آن تحلیل محتوا است.

«تحلیل محتوای کمی، آزمون نظام‌مند (سیستماتیک) و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن، ارزش‌های عددی براساس قوانین معتبر اندازه‌گیری، به متن نسبت داده می‌شوند و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین آن ارزش‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرد. این عمل به منظور توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه ارتباط،

هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف، صورت می‌گیرد.» (رایف، ۱۳۸۱: ۲۵) روش تحقیق تحلیل محتوا و در بخش جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه معکوس استفاده می‌شود.

### آزمون اسکات برای سنجش پایایی

در این پژوهش، برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد از فرمولی که ویلیام اسکات برای مقیاس اسمی ارائه داده است، استفاده شد. این آزمون، ارزش‌های طبقات را هم در نظر می‌گیرد و توافقی‌های شانسی را در محاسبه ضریب پایایی اصلاح می‌کند. ضریب اسکات، توافق شانسی یا توافق مورد انتظار را بر پایه نسبت دفعه‌هایی که ارزش‌های خاص یک طبقه مورد استفاده قرار گرفته‌اند، محاسبه می‌کند. بنابراین، توافق مورد انتظار بر پایه نظریه احتمال به دست می‌آید. در این تحقیق، برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد، پژوهشگر ۲۰ درصد کل محتوا را پس از گذشت یک هفته از کدگذاری اول دوباره کدگذاری کرد. فرمول اسکات در فایل اکسل تعریف گردید و داده‌ها وارد نرم افزار اکسل شد. ضریب قابلیت اعتماد برای متغیرها به ترتیب زیر به دست آمد:

ضریب قابلیت اعتماد	روز انتشار	زمان‌بندی چاپ روزنامه همشهری
٪ ۸۸.۷	ماه انتشار	
٪ ۹۱	منبع مطلب روزنامه (در این روز)	مطالب مربوط به روزنامه همشهری چاپ شده در هر روز
٪ ۸۶	تیتیر در صفحه اول روزنامه (در این روز)	
٪ ۸۵	جهت‌گیری کلی روزنامه (در این روز)	
٪ ۸۷	اندازه تیتیر روزنامه (در این روز)	
٪ ۸۶	عکس - کاریکاتور روزنامه (در این روز)	
٪ ۹۳		مقوله درجه اول
٪ ۷۹		مقوله درجه دوم
٪ ۸۲		

## یافته‌های تحقیق

زمان‌بندی چاپ روزنامه همشهری با مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند

## الف) روز انتشار

بیشترین فراوانی مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری در روزهای سه‌شنبه با فراوانی ۳۱ درصد بود. جدول شماره ۱، فراوانی مربوط به مدیریت پسماند را به تفکیک روز نشان می‌دهد.

جدول ۱) فراوانی انتشار مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری به تفکیک روز

روز انتشار	فراوانی	درصد
شنبه	۹	۱۲.۷
یک شنبه	۷	۹.۹
دوشنبه	۱۴	۱۹.۷
سه‌شنبه	۲۲	۳۱
چهارشنبه	۱۱	۱۵.۵
پنج‌شنبه	۸	۱۱.۳
جمع کل	۷۱	۱۰۰

بر اساس جدول شماره ۱، مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند از توزیع زیر برخوردار بوده‌اند. فراوانی انتشار مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری به تفکیک روز سه‌شنبه ۳۱ درصد، دوشنبه ۱۹.۷ درصد، چهارشنبه ۱۵.۵ درصد، شنبه ۱۲.۷ درصد، پنج‌شنبه ۱۱.۳ درصد و یک شنبه ۹.۹ درصد می‌باشد.

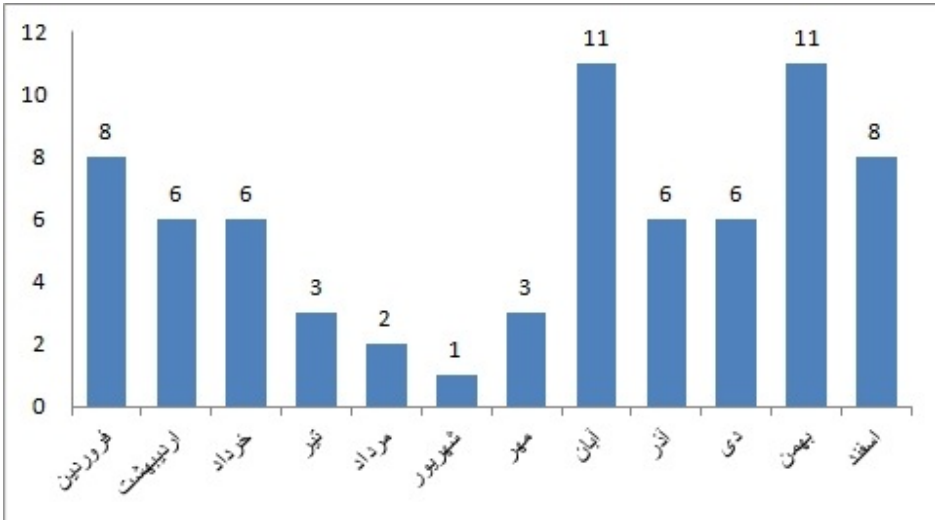
## ب) ماه انتشار

بیشترین فراوانی مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری در ماه‌های آبان و بهمن ماه به صورت مشترک با فراوانی ۵/۱۵ درصد بود. جدول شماره ۲، فراوانی مربوط به اهداف مدیریت پسماند را به تفکیک ماه نشان می‌دهد.

جدول ۲) فراوانی انتشار مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری به تفکیک ماه

ماه انتشار	فراوانی	درصد
فروردین	۸	۱۱.۳
اردیبهشت	۶	۸.۵
خرداد	۶	۸.۵
تیر	۳	۴.۲
مرداد	۲	۲.۸
شهریور	۱	۱.۵
مهر	۳	۴.۲
آبان	۱۱	۱۵.۵
آذر	۶	۸.۵
دی	۶	۸.۵
بهمن	۱۱	۱۵.۵
اسفند	۸	۱۱.۳
جمع کل	۷۱	۱۰۰

بر اساس جدول شماره ۲، مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند از توزیع آبان و بهمن ۱۵.۵ درصد، فروردین و اسفند ۱۱.۳ درصد اردیبهشت، خرداد، آذر و دی ۸.۵ درصد؛ تیر و مهر ۴.۲ درصد، مرداد با ۲.۸ درصد و شهریور با ۱.۵ درصد برخوردار بوده‌اند.



نمودار ۲) توزیع فراوانی ماه‌های انتشار مطالب اهداف مدیریت پسماند

بر اساس نمودار ۲، آبان؛ بهمن؛ فروردین و اسفند بیشترین فراوانی مربوط به درج مطالب اهداف مدیریت پسماند را به خود اختصاص داده است.

مطالب مربوط به روزنامه همشهری چاپ شده در هر روز

الف) منبع مطلب روزنامه

جدول شماره ۳ توزیع فراوانی نوع منبع مطالب به لحاظ داخلی و خارجی بودن را نشان می‌دهد. بر اساس جدول ۹۸.۶ درصد مطالب داخلی بوده‌است.



جدول ۳) فراوانی اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری به تفکیک منبع خبری

منبع	فراوانی	درصد
داخلی	۷۰	۹۸.۶
خارجی	۱	۱.۴
داخلی به نقل از خارجی	۰	۰
جمع کل	۷۱	۱۰۰

بر اساس جدول شماره ۳، مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند مربوط به منابع داخلی ۹۸.۶ درصد و منابع خارجی ۱.۴ درصد بوده است، در ضمن هیچ مطلبی مربوط به منبع داخلی به نقل از خارجی نبوده است.

#### ب) تیتراژ در صفحه اول روزنامه

جدول ۴) توزیع مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند در صفحه اول روزنامه

تیتراژ در صفحه اول روزنامه	فراوانی	درصد
دارد	۹	۱۲.۷
ندارد	۶۲	۸۷.۳
جمع کل	۷۱	۱۰۰

بر اساس جدول شماره ۴، در مجموع ۸۷.۳ درصد صفحه اول روزنامه، تیتراژ اهداف مدیریت پسماند ندارد و فقط ۱۲.۷ درصد مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند در تیتراژ صفحه اول روزنامه بوده اند.

**پ) جهت گیری کلی روزنامه**

جدول شماره ۵ جهت گیری کلی مطالب روزنامه در خصوص اهداف مدیریت پسماند را نشان می‌دهد. با توجه به جدول مطالب مثبت و منفی از توزیع فراوانی یکسانی برخوردارند.

جدول شماره ۵- توزیع مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند در جهت گیری کلی روزنامه

درصد	فراوانی	جهت گیری روزنامه
۴۳.۷	۳۱	مثبت
۴۳.۷	۳۱	منفی
۱۲.۷	۹	خشی
۱۰۰	۷۱	جمع کل

بر اساس جدول شماره ۵، ۴۳.۷ درصد مطالب از جهت گیری منفی نسبت به اهداف مدیریت پسماند و ۴۳.۷ درصد موارد از جهت گیری مثبت برخوردارند و ۱۲.۷ درصد مطالب جهت گیری خشی دارند.

**ت) اندازه تیترو روزنامه**

جدول شماره ۶- اندازه تیترو روزنامه را در خصوص مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند در صفحات مختلف نشان می‌دهد.

جدول شماره ۶- توزیع اندازه تیترو روزنامه

درصد	فراوانی	تیترو در روزنامه
۳۹.۴	۲۸	کوتاه
۳۹.۴	۲۸	متوسط
۲۱.۱	۱۵	طولانی
۱۰۰	۷۱	جمع کل

بر اساس جدول شماره ۶، ۴/۳۹ درصد مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری دارای تیتراژ کوتاه، ۴/۳۹ دارای تیتراژ متوسط و ۱/۲۱ درصد دارای تیتراژ طولانی می‌باشند.

### ث) عکس و کاریکاتور روزنامه

جدول شماره ۷- استفاده از عکس یا کاریکاتور در خصوص مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند را در صفحات مختلف نشان می‌دهد.

جدول شماره ۷- توزیع استفاده از عکس یا کاریکاتور

درصد	فراوانی	عکس یا کاریکاتور
۶۲	۴۴	دارد
۳۸	۲۷	ندارد
۱۰۰	۷۱	جمع کل

بر اساس جدول شماره ۷، در ۶۲ درصد مطالب اهداف مدیریت پسماند از عکس و کاریکاتور استفاده شده و در ۳۸ درصد مطالب اهداف مدیریت پسماند از عکس و کاریکاتور استفاده نشده است.

## سوالات پژوهش

توزیع محتوایی مطالب مربوط به اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری

جدول شماره ۸- توزیع محتوای مطالب درجه اول

درصد	فراوانی	محتوای مطالب
۷/۴۳	۳۱	فرهنگ‌سازی
۹/۹	۷	کاهش تولید پسماند
۹/۹	۷	تفکیک پسماند در مبدا تولید
۰	۰	سرمایه‌گذاری
۰/۳۱	۲۲	خصوصی‌سازی
۸/۲	۲	برنامه‌ریزی مناسب
۸/۲	۲	مدیریت ماشین‌آلات
۰	۰	پژوهش مراکز علمی و دانشگاهی
۱۰۰	۷۱	جمع کل

بر اساس جدول شماره ۸، با توجه به سوالات پژوهش حاضر، روزنامه همشهری در سال ۹۲ جهت انعکاس اهداف مدیریت پسماند از مجموع مطالب مربوط به مدیریت پسماند؛ ۷/۴۳ درصد از مطالب خود را به امر فرهنگ‌سازی، ۳۱ درصد را در امر خصوصی‌سازی؛ ۹/۹ درصد را کاهش تولید پسماند؛ ۹/۹ درصد در جهت تفکیک پسماند در مبدا تولید، ۸/۲ درصد را به موضوعات مرتبط با برنامه‌ریزی مناسب، ۸/۲ درصد را به مطالب مدیریت در امر ماشین‌آلات و هیچگونه مطلبی به سرمایه‌گذاری و همچنین استفاده از پژوهش مراکز علمی و دانشگاهی در امر اهداف مدیریت پسماند اختصاص نیافته بود.

## توزیع محتوایی مطالب درجه دوم مربوط به اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری

جدول شماره ۹- توزیع محتوایی مطالب درجه دوم

درصد	فراوانی	مقوله های درجه دوم	مقوله های درجه اول
۵۳/۲۲	۱۶	آموزش و اطلاع رسانی	فرهنگ سازی (۳۱ مورد)
۰۴/۷	۵	آگاهی مردم	
۶۳/۵	۴	تبلیغات محیطی	
۲۲/۴	۳	نهادهای مدنی	
۲۲/۴	۳	شورایاری های محلات	
۲۲/۴	۳	تولید کنندگان و تهیه کنندگان	کاهش تولید پسماند (۷ مورد)
۶۳/۵	۴	مصرف کنندگان کالا	
۲۲/۴	۳	تر	تفکیک پسماند در مبداء تولید (۷ مورد)
۶۳/۵	۴	خشک	
۶۸/۱۹	۱۴	خدماتی	خصوصی سازی (۲۲) مورد)
۶۳/۵	۴	تجاری	
۰	۰	پژوهشی	
۸۱/۲	۲	تولیدی	
۸۱/۲	۲	فنی و مهندسی	
۰	۰	تأمین و تجهیز ناوگان	برنامه ریزی مناسب (۲) مورد)
۰	۰	گرفتن اعتبار و تسهیلات	
۴۰/۱	۱	جلوگیری از تخلیه پسماندها در فضای عمومی یا حاشیه شهرها	
۴۰/۱	۱	حفاظت از محیط زیست	
۴۰/۱	۱	ماشین آلات سنگین	مدیریت ماشین آلات (۲ مورد)
۰	۰	ماشین آلات نیمه سنگین	
۴۰/۱	۱	ماشین آلات سبک	

براساس جدول شماره ۹، مطالب مربوط به آموزش و اطلاع‌رسانی با فراوانی ۲۲.۵۳ درصد مطالب و خدماتی مربوط به خصوصی سازی با فراوانی ۱۹.۶۸ بیشترین فراوانی را در توزیع مطالب درجه دوم اهداف مدیریت پسماند به خود اختصاص داده‌بودند.

### آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه اول: بین محتوای مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزهای هفته تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۰- توزیع محتوای مطالب بر اساس روزهای هفته

روزهای هفته	فرهنگ سازی	کاهش تولید پسماند	تفکیک پسماند در مبداء تولید	خصوصی سازی	برنامه‌ریزی مناسب	مدیریت ماشین‌آلات	جمع کل درصد
شنبه	۳	۲	۰	۳	۰	۱	۹ ۱۲.۶۷
یکشنبه	۲	۳	۱	۰	۰	۱	۷ ۹.۸۵
دوشنبه	۵	۰	۳	۵	۱	۰	۱۴ ۱۹.۶۷
سه‌شنبه	۱۱	۲	۲	۶	۱	۰	۲۲ ۳۰.۹۸
چهارشنبه	۵	۰	۰	۶	۰	۰	۱۱ ۱۵.۴۹
پنج‌شنبه	۵	۰	۱	۲	۰	۰	۸ ۱۱.۲۶
جمع کل	۳۱	۷	۷	۲۲	۲	۲	۷۱

$$\text{Chi-square} = ۷.۰۷۸ \text{ df} = ۵ \text{ sig} = ۰.۰۲۱$$

$$\text{Cramer's V} = ۰.۲۱۳ \text{ sig} = ۰.۰۲۱$$

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین دو متغیر محتوای مطالب و روزهای هفته با درجه آزادی ۵ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین محتوای مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزهای هفته تفاوت معناداری وجود دارد.

### توزیع محتوای مطالب بر اساس ماه

فرضیه دوم: بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و ماه‌های سال روزنامه همشهری تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۱- توزیع محتوای مطالب بر ماه‌های سال

ماه‌های سال	فرهنگ سازی	کاهش تولید پسماند	تفکیک پسماند در مبداء تولید	خصوصی سازی	برنامه‌ریزی مناسب	مدیریت ماشین‌آلات	جمع کل درصد
فروردین	۳	۱	۱	۱	۲	۰	۸ ۲۶/۱۱
اردیبهشت	۱	۰	۰	۵	۰	۰	۶ ۴۵/۸
خرداد	۲	۰	۱	۲	۰	۱	۶ ۴۵/۸
تیر	۳	۰	۰	۰	۰	۰	۳ ۲۲/۴
مرداد	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۲ ۸۱/۲
شهریور	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱ ۴۸/۱
مهر	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۳ ۲۲/۴
آبان	۵	۲	۱	۳	۰	۰	۱۱ ۴۹/۱۵
آذر	۲	۰	۱	۳	۰	۰	۶ ۴۵/۸
دی	۳	۰	۲	۱	۰	۰	۶ ۴۵/۸
بهمن	۵	۳	۰	۳	۰	۰	۱۱ ۴۹/۱۵
اسفند	۴	۱	۰	۲	۰	۱	۸ ۲۶/۱۱
جمع کل	۳۱	۷	۷	۲۲	۲	۲	۷۱

$$\text{Chi- square}= ۶.۰۷۸ \text{ df}= ۱۱ \text{ sig}= ۰.۰۲۳$$

$$\text{Cramer's V}= ۰.۱۹۳ \text{ sig}= ۰.۰۲۳$$

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی دار بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و ماه‌های سال روزنامه همشهری با درجه آزادی ۱۱ و سطح معنی دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و ماه‌های سال روزنامه همشهری تفاوت معناداری وجود دارد.

#### توزیع محتوای مطالب بر اساس منبع

فرضیه سوم: بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و منبع مطالب تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۲- توزیع محتوای مطالب بر اساس منبع

$$\text{Chi- square}= ۹.۰۷۸ \text{ df}= ۱ \text{ sig}= ۰.۰۰۱$$

$$\text{Cramer's V}= ۰.۳۲۵ \text{ sig}= ۰.۰۰۱$$

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی دار بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و منبع مطالب با درجه آزادی ۱ و سطح معنی دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و منبع مطالب تفاوت معناداری وجود دارد.



## توزیع محتوای مطالب بر اساس اندازه تیتر

فرضیه چهارم: بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و اندازه تیتر تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۱۳) توزیع محتوای مطالب بر اساس اندازه تیتر

اندازه تیتر	فرهنگ سازی	کاهش تولید پسماند	تفکیک پسماند در مبداء تولید	خصوصی سازی	برنامه ریزی مناسب	مدیریت ماشین آلات	جمع کل درصد
کوتاه	۱۳	۱	۳	۸	۱	۲	۲۸ ۳۹.۴۳
متوسط	۱۲	۲	۲	۱۱	۱	۰	۲۸ ۳۹.۴۳
طولانی	۶	۴	۲	۳	۰	۰	۱۵ ۲۱.۱۲
جمع کل	۳۱	۷	۷	۲۲	۲	۲	۷۱ ۱۰۰

$$\text{Chi-square} = ۷.۵۷۱ \text{ df} = ۲ \text{ sig} = ۰.۰۵۶$$

$$\text{Cramer's V} = ۰.۱۳۴ \text{ sig} = ۰.۰۵۶$$

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی دار بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و بر اساس اندازه تیتر با درجه آزادی ۲ و سطح معنی دار ۵ درصد خطا، نشان می دهد که بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و اندازه تیتر تفاوت معناداری وجود ندارد.

## توزیع محتوای مطالب بر اساس وجود عکس و کاریکاتور

فرضیه پنجم: بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و وجود عکس و کاریکاتور تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۴- توزیع محتوای مطالب بر اساس وجود عکس و کاریکاتور

عکس و کاریکاتور	فرهنگ سازی	کاهش تولید پسماند	تفکیک پسماند در مبداء تولید	خصوصی سازی	برنامه ریزی مناسب	مدیریت ماشین آلات	جمع کل درصد
دارد	۲۴	۴	۴	۱۰	۱	۱	۴۴ ۶۱.۹۷
ندارد	۷	۳	۳	۱۲	۱	۱	۲۷ ۳۸.۰۲
جمع کل	۳۱	۷	۷	۲۲	۲	۲	۷۱ ۱۰۰

$$\text{Chi-square} = ۹.۵۷۱ \text{ df} = ۱ \text{ sig} = ۰.۰۴۲$$

$$\text{Cramer's V} = ۰.۲۳۸ \text{ sig} = ۰.۰۴۲$$

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی دار بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و وجود عکس و کاریکاتور با درجه آزادی ۱ و سطح معنی دار ۵ درصد خطا، نشان می دهد که بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و وجود عکس و کاریکاتور تفاوت معناداری وجود دارد.

## توزیع محتوای مطالب بر اساس جهت‌گیری مطالب

فرضیه ششم: بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و جهت‌گیری مطالب تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۵- توزیع محتوای مطالب بر اساس جهت‌گیری مطالب

جمع کل درصد	مدیریت ماشین‌آلات	برنامه‌ریزی مناسب	خصوصی سازی	تفکیک پسماند در مبداء تولید	کاهش تولید پسماند	فرهنگ‌سازی	جهت‌گیری مطالب
۳۱ ۴۳.۶۶	۱	۲	۱۲	۳	۰	۱۳	مثبت
۳۱ ۴۳.۶۶	۰	۰	۸	۲	۴	۱۷	منفی
۹ ۱۲.۶۷	۱	۰	۲	۲	۳	۱	خنثی
۷۱ ۱۰۰	۲	۲	۲۲	۷	۷	۳۱	جمع کل

$$\text{Chi-square} = ۴.۳۲۱ \text{ df} = ۱ \text{ sig} = ۰.۵۶$$

$$\text{Cramer's V} = ۰.۱۱۱ \text{ sig} = ۰.۵۶$$

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و جهت‌گیری مطالب با درجه آزادی ۱ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که توزیع مطالب اهداف مدیریت پسماند و جهت‌گیری مطالب تفاوت معناداری وجود ندارد.

در سطح مطالب مقوله دوم نیز مطالب مربوط به آموزش و اطلاع‌رسانی با فراوانی ۲۲.۵۳ درصد مطالب و خدماتی مربوط به خصوصی‌سازی با فراوانی ۱۹.۶۸ بیشترین فراوانی را در توزیع مطالب درجه دوم مدیریت پسماند به خود اختصاص داده بودند.

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین دو متغیر محتوای مطالب و روزهای هفته با درجه آزادی ۵ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین محتوای مطالب مدیریت پسماند در روزهای هفته تفاوت معناداری وجود دارد. بر اساس فراوانی انتشار مطالب مدیریت پسماند در روزنامه همشهری به تفکیک روز سه‌شنبه ۳۱ درصد، دوشنبه ۱۹.۷ درصد، چهارشنبه ۱۵.۵ درصد، شنبه ۱۲.۷ درصد، پنج‌شنبه ۱۱.۳ درصد و یک‌شنبه ۹.۹ درصد می‌باشد.

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و ماه‌های سال روزنامه همشهری با درجه آزادی ۱۱ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و ماه‌های سال روزنامه همشهری تفاوت معناداری وجود دارد. بیشترین فراوانی مطالب مدیریت پسماند در روزنامه همشهری در ماه‌های آبان و بهمن به صورت مشترک با فراوانی ۱۵.۵ درصد بود. آبان، بهمن، فروردین و اسفند بیشترین فراوانی مربوط به درج مطالب مدیریت پسماند را به خود اختصاص داده است.

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین توزیع مطالب مدیریت و منبع مطالب با درجه آزادی ۱ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و منبع مطالب تفاوت معناداری وجود دارد. مطالب مربوط به مدیریت پسماند مربوط به منابع داخلی ۹۸.۶ درصد و منابع خارجی ۱.۴ درصد بوده است.

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و بر اساس اندازه تیتراژ با درجه آزادی ۱۱ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و اندازه تیتراژ تفاوت معناداری وجود ندارد. ۳۹.۴ درصد مطالب اهداف مدیریت پسماند در روزنامه همشهری دارای تیتراژ کوتاه، ۳۹.۴ دارای تیتراژ متوسط و ۲۱.۱ درصد دارای تیتراژ طولانی می‌باشند.

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و وجود عکس و کاریکاتور با درجه آزادی ۱ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و وجود عکس و کاریکاتور تفاوت معناداری وجود دارد. ۶۲ درصد مطالب مدیریت پسماند از عکس و کاریکاتور استفاده شده و در ۳۸ درصد مطالب مدیریت پسماند از عکس و کاریکاتور استفاده نشده است.

آزمون کای اسکویر محاسبه شده برای بررسی تفاوت معنی‌دار بین توزیع مطالب مدیریت پسماند و جهت‌گیری مطالب با درجه آزادی ۲ و سطح معنی‌دار ۵ درصد خطا، نشان می‌دهد که توزیع مطالب مدیریت پسماند و جهت‌گیری مطالب تفاوت معناداری وجود ندارد. ۴۳.۷ درصد مطالب از جهت‌گیری منفی نسبت به مدیریت پسماند و ۴۳.۷ درصد موارد از جهت‌گیری مثبت برخوردارند و ۱۲.۷ درصد مطالب جهت‌گیری خنثی دارند.

با توجه به روند افزایش جمعیت، رشد شهرنشینی، گستره فعالیتهای صنعتی و تغییر الگوی مصرف، سبب می‌شود تا سالانه میلیون‌ها تن زباله در کشور تولید و از چرخه خارج شود، که برای تسریع در کنترل و بهینه‌سازی بصورت بازیافت و به چرخه بازگرداندن آن نیاز به همکاری عموم مردم می‌باشد. در زمینه اختصاص بیشتر مطالب روزنامه همشهری به بحث فرهنگ‌سازی، می‌تواند تأکیدی بر همین روند باشد. فرهنگ‌سازی از طریق آموزش همگانی مستمر در رسانه ملی می‌تواند در افزایش مشارکت مردمی موثر باشد، به علاوه شهرداری‌ها و سیستم خدمت‌رسانی نیز باید بر آموزش‌های همگانی خود متعهد باشند. بر اساس چارچوب نظری تحقیق حاضر رسانه‌ها، کارکردها و نقش‌های متعددی در جامعه بر عهده دارند و رسانه‌های جمعی از چند لحاظ میانجی هستند: یکی اینکه غالباً میان ما به عنوان دریافت‌کننده و آن بخش از تجربه بالقوه‌ای که خارج از ادراک یا تماس مستقیم ما است، قرار می‌گیرند، دوم ممکن است میان ما و سایر نهادهایی که با آن سر و کار داریم (قانون، صنعت، دولت و غیره) قرار گیرند؛ سوم امکان دارد پیوندی میان این نهادهای گوناگون ایجاد کنند؛ چهارم رسانه‌ها، مجراهایی هستند که توسط آنها دیگران با ما و ما با دیگران ارتباط برقرار می‌کنیم و پنجم اینکه غالباً رسانه‌ها با فراهم آوردن اسباب و لوازم، به ادراک ما از سایر گروه‌ها، سازمان‌ها و رویداد شکل می‌دهند به نظر مک کوئیل، «نهاد رسانه به کار تولید» با تولید و توزیع معرفت به معنای وسیع آن، یعنی نمادهایی یا مرجع‌هایی معنی‌دار و قابل تجربه در جهان اجتماعی اشتغال دارد. این معرفت ما را توانا می‌سازد تا به تجربه خود معنا ببخشیم، به دریافت‌های ما از این تجربه نظم و نسق می‌دهد و ما را یاری می‌کند تا معرفت‌های گذشته را محفوظ نگهداریم و به درک امروزی خود استمرار بخشیم «رسانه‌ها وظیفه انتشار انواع معرفت را برعهده دارند»، پس به جای دیگر نهادهای معرفتی (آموزش و پرورش، دانشگاه و...) هم عمل می‌کنند. رسانه‌ها در یک فضای عمومی فعالیت می‌کنند، یعنی علی‌الاصول در دسترس همه اعضای جامعه به صورت باز، داوطلبانه و کم هزینه قرار دارند. رسانه‌ها در مقایسه با سایر نهادهای اجتماعی، بر تعداد بیشتری اثر می‌گذارد و زمان بیشتری را به خود اختصاص می‌دهد (معتدلتزاد، ۱۳۷۱). لذا در این مطالعه بر نقش میانجی رسانه ما بین مردم و سازمانهای مسئول مدیریت پسماند تأکید شد و به لحاظ مولفه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفت.

اگر چه بنا بر نظریه «هارولد لاسول»<sup>۱</sup> و «چارلز رایت»<sup>۲</sup> رسانه‌ها دارای کارکردهای نظارت بر محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث فرهنگی و سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت است، در عین حال این دو نظریه پرداز ارتباطات، بر این باورند که در کارکرد نخستین، وظیفه رسانه‌ها نظارت، مراقبت، تهیه و رساندن خبر درباره‌ی محیط پیرامونی است. دومین کارکرد رسانه، انتخاب و تفسیر اطلاعات در محیط است. رسانه اغلب شامل انتقادات و

1 Lasswell

2 Raite

تجویزهایی برای چگونگی و منش افراد به حوادث است در این نقش رسانه‌ها به تقویت ارزش‌های اجتماعی، اجماع و افشای انحرافات، رجوع به پایگاه رهبران افکار، ممانعت از تهدید ثبات اجتماعی و وحشت عمومی، مدیریت افکار عمومی و نظارت بر حکومت و حفاظت می‌پردازند. یکی دیگر از کارکردهای رسانه، انتقال فرهنگ، افزایش انسجام اجتماعی و تعمیق تجربه‌ی مشترک، کاستن از نابهنجاری‌های اجتماعی و احساس از خود بیگانگی، استمرار اجتماعی شدن پیش و پس از آموزش رسمی و کمک به یک دست‌ساز و انسجام است (معتدنازاد، ۱۳۸۲). این نظریه نیز در مطالعه حاضر در خصوص نقش رسانه‌ها در اهداف مدیریت پسماند مورد تأکید قرار گرفت و نقاط قوت و ضعف استخراج گردید.

### نتیجه‌گیری

امر فرهنگ‌سازی در مقوله اهداف مدیریت پسماند؛ نسبت به بقیه مطالب مدیریت پسماند بیشتر مورد توجه قرار گرفته است، هر چند این امر بیشتر به بحث تفکیک زباله پرداخته و بر ضرورت کاهش تولید زباله و روش‌های مصرف بهینه زباله کمتر تأکید گردیده بود. هیچ مطلبی به سرمایه‌گذاری و استفاده از پژوهش مراکز علمی و دانشگاهی در امر اهداف مدیریت پسماند اختصاص نیافته بود که این امر از نقاط ضعف روزنامه همشهری در سال ۹۲ به حساب می‌آید. با توجه به گستردگی و پیشرفت روز افزون علم مدیریت پسماند و متولی بودن شهرداری‌ها در این بخش، کمبود مقالات علمی و مشارکت مراکز علمی در چاپ مقالات مدیریت پسماند ضروری است. همچنین نپرداختن به بحث‌های تخصصی مانند مدیریت ماشین‌آلات مدیریت پسماند، ضرر و زیان‌ها و سودهای استفاده از این دستگاه‌ها به جامعه نیز، از نقاط ضعف روزنامه همشهری در سال ۹۲ به حساب می‌آید.

### منابع:

- تسوتنو، اوگاوا (۱۳۸۰)، کاربرد تنظیم و برجسته سازی خبر، ترجمه زهره بیدختی، رسانه، ص ۲۲.
- داوری، علی (۱۳۸۸)، توسعه منابع انسانی با رویکرد جامعه شناختی سازمان، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین(ع)، سال اول، شماره ۸، ص ۵۱.
- رایف، دانیل و دیگران (۱۳۸۱)، تحلیل پیام های رسانه‌ای، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران: نشر سروش، ص ۲۵.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱)، وسایل ارتباط جمعی، جلد اول، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۲)، جامعه اطلاعاتی، تهران: مرکز پژوهش‌های ارتباطات دانشگاه طباطبایی.
- سایت رسمی سازمان مدیریت پسماند شهرداری تهران.
- سایت رسمی همشهری آنلاین.

## Analysis of Reflects the Process of Waste Management in Hamshahri Newspaper

Mandana Saniee<sup>1</sup>  
Ali Janmohamadi<sup>2</sup>

### Abstract:

One of the main objectives of the waste management plan is to create cultural and social platforms. This aim accepted through education and information to increase knowledge and awareness of the people and authorities, with the capacity of the mass media, advertising, environmental, public participation Tehrani citizens and civil society organizations, especially the Council's expert help of their neighborhoods. In Tehran Hamshahri newspaper have this capacity. Aim of this study to Evaluation of waste management objectives reflected in the Hamshahri newspaper in 1392 years. The method used in this research is content analysis. The population of this study, all subjects related to waste management issues and news in the newspaper in 1392. In this duration waste management, 43.7 percent of its content dedicated to the culture and Reduce waste production was 9.9. percent Waste separation at source the production of zero percent to attract investment, privatization of 31 percent, 2.8 percent, to issues relating to proper planning, material management to 2.8 percent in the Machine and Zero content of articles and academic centers involved in waste management was dedicated. In the second case, the level of education and information material relating to the frequency content of 22.53 percent have most in the distribution of materials.

**Keywords:** Waste Management, Hamshahri Newspaper, Content Analysis

---

<sup>1</sup> Assistant Professor. Islamic Azad university, East Tehran Branch

<sup>2</sup> M.A. Social communication student in Islamic Azad University East Tehran Branch