



Journal of Environmental
Management and Law
فصلنامه مدیریت و حقوق محیط زیست

<https://sanad.iau.ir/en/Journal/jeml>

Identifying Contextual Factors Affecting the Management of Environment-Oriented Culture through the Media

Reza Khalili¹, Faezeh Taghipour^{2*}, Zahra Jafari³

1- Department of Media Management, Islamic Azad University, Isfahan Branch (Khorasgan), Isfahan, Iran.

2- Department of Communication Sciences, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

3- Department of Natural Resources, Isfahan University of Technology, Isfahan, Iran.

*Corresponding Author: f.taghipour@khuisf.ac.ir

Original Paper

Abstract

Received: 2023.07.06

Accepted: 2023.12.11

Keywords:

Management Factors,
Contextual Factors,
Culture,
Environment,
Natural Resources,
Media.

The aim of this study is to identify the background factors affecting the management of an environment-oriented culture through the media. To achieve this goal, an interpretive paradigm based on qualitative methodology was employed, utilizing the qualitative content analysis method. The statistical sample, comprising 31 individuals, was purposefully selected based on specific criteria. It included in-depth and semi-structured interviews with experts in media, environment, culture, as well as professionals from the Environmental Protection Organization and the Natural Resources and Watershed Management Organization of the country, particularly the General Directorate of Natural Resources and Watershed Management in Isfahan province. The selection criteria for these participants were their experience, expertise, and work history in the relevant field. To ensure validity, interviewees validated the interpretation of the interviews. Furthermore, a summary of the formulated model was presented to multiple experts, and their comments were gathered for further correction and adjustment. Following the interviews, the main category identified in the research was labeled "Media and Promotion of the Culture of Environment and Natural Resources." Background conditions influencing the development of the culture of preserving the environment and natural resources encompassed non-scientific treatment of managers with the media, the lack of universality in media facilities, absence of belief in mediating activities, adherence to security aspects, parallelism of environmental activities and natural resources, absence of environmental media, and the limited role of non-governmental organizations. In economic and managerial aspects, factors included the lack of credits and the absence of a communication system between media and the environment, as derived from the coding steps.



Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the

شناسایی عوامل زمینه‌ای موثر بر مدیریت فرهنگ محور محیط‌زیست از طریق رسانه

رضا خلیلی^۱، فائزه تقی پور^{۲*}، زهرا جعفری^۳

۱- گروه مدیریت رسانه، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

۲- گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

۳- گروه علوم مرتع، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه صنعتی اصفهان، اصفهان، ایران.

* پست الکترونیکی نویسنده مسئول: f.taghipour@khuif.ac.ir

چکیده	نوع مقاله:
پژوهش حاضر به شناسایی عوامل زمینه‌ای موثر بر مدیریت فرهنگ محور محیط‌زیست از طریق رسانه می‌پردازد. بدین منظور در پارادایم تفسیری مبتنی بر روش‌شناسی کیفی، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی پژوهش انجام شد. نمونه آماری به صورت هدفمند وابسته به معیار، انتخاب و شامل ۳۱ مصاحبه‌ی عمیق و نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران رسانه و محیط‌زیست، فرهنگ و رسانه، کارشناسان سازمان حفاظت محیط‌زیست و سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور، اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان بود. معیار انتخاب این افراد تجربه، تخصص و سابقه کار در این حوزه بوده است. برای ارزیابی اعتبار، مصاحبه‌شوندگان تفسیر مصاحبه‌ها را تأیید کردند و در پایان خلاصه‌ای از الگوی صورت‌بندی شده به چند نفر از متخصصان، ارائه و نظرات آن‌ها برای اصلاح و تعدیل جمع‌آوری شد. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، مقوله اصلی پژوهش «رسانه و ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست و منابع طبیعی» نام گرفت. شرایط زمینه‌ای در ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست و منابع طبیعی شامل برخورد غیر علمی مدیران با رسانه؛ فراگیر نبودن امکانات رسانه‌ها؛ عدم اعتقاد به رسانه‌های نمودن فعالیت‌ها؛ رعایت جوانب امنیتی؛ موازی بودن فعالیت‌های محیط‌زیست و منابع طبیعی؛ کمبود رسانه‌های محیط‌زیستی و نقش ضعیف سازمان‌های مردم نهاد بود؛ همچنین در شرایط اقتصادی و مدیریتی عوامل کمبود اعتبارات و نبود نظام ارتباطی رسانه و محیط‌زیست بود که از مراحل کدگذاری به‌دست آمد.	علمی-پژوهشی
	تاریخچه مقاله: ارسال: ۱۴۰۲/۰۴/۱۵ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۰
	کلمات کلیدی: مدیریت، عوامل زمینه‌ای، فرهنگ، محیط‌زیست، منابع طبیعی، رسانه.

مقدمه

محیط‌زیست به مجموعه عناصر زنده و غیرزنده در برگیرنده یک موجود یا گروهی از موجودات اطلاق می‌شود و در واقع همه شرایط، اجزا و عوامل، مانند آب و هوا، نور و دما را که در رشد و نمو یک موجود تأثیر می‌گذارد، دربرمی‌گیرد. به عبارتی دیگر، محیط‌زیست فضای مادی و عینی است که امکان زیستن و تداوم حیات را برای تمام موجودات فراهم می‌کند (Tavakolnia & Akbarian, 2014). در تعریف حفاظت محیط‌زیست، استفاده بهینه و مناسب از محیط‌زیست به نحوی که بتواند کیفیت خود را از نظر زندگی انسان حفظ کند، عنوان شده است (Daulatabadi, 2008). هدف نهایی از حفاظت محیط‌زیست، دستیابی به توسعه پایدار در قالب برنامه‌های اقتصادی هماهنگ با اصول حفاظت از محیط‌زیست و ممانعت از تخریب و تهنی‌سازی منابع تجدیدشونده و غیرقابل تجدید می‌باشد. از این‌رو، برای حل بنیادی مشکلات بحرانی محیط‌زیست می‌باید دیدگاه‌های کلان و زیربنایی توسعه منطبق با قانونمندی‌های حفاظت محیط‌زیست طراحی شود و هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آینده کشور بر شالوده حفاظت محیط‌زیست، منابع طبیعی و بهره‌وری خردمندانه از این منابع با نگرش ایجاد تعادل و تناسب بین قانونمندی‌های محیط‌زیست و توسعه پایدار صورت گیرد (Padash, 2011).

رسانه‌ها اعم از رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجلات، ماهنامه‌ها، فصلنامه‌ها و... باید بدون هیچ محدودیتی تخریب و ویرانی محیط‌زیست را به تصویر بکشند. آنان وظیفه دارند به عموم شهروندان بگویند که پساب‌های صنعتی، فاضلاب، زباله، زباله‌های بیولوژیک و شیمیایی، کودهای مصنوعی، حشره‌کش‌ها، علف‌کش‌ها و مواد پاک‌کننده، آب را آلوده کرده است. رسانه‌ها گاه و بیگاه به تهیه گزارش‌هایی در خصوص رعایت نکردن الگوی مصرف، بی‌توجهی صاحبان معادن و کارخانه‌داران چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی، مبادرت می‌کنند. ولی هیچگاه از مواد شیمیایی آلی حاوی نیتروژن و فسفر که باعث رشد جلبک‌ها و سنگینی اکسیژن در آب می‌شود که خود عامل مرگ ابریزان و مرگ دریاچه می‌باشد، اشاره‌ای نمی‌شود (Sadeghi & Fathi, 2009). در این زمینه Lopez و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند رسانه‌های اجتماعی، اطلاعات بی‌سابقه‌ای درباره ادراکات، نگرش‌ها و رفتارهای مردم در مقیاس‌های زمانی و مکانی دقیق و در گستره‌های وسیع ارائه می‌کنند. اطلاعات رسانه‌های اجتماعی بینشی از روابط بین مردم و محیط‌زیست در مقیاس‌هایی ایجاد می‌کنند که عموماً به دلیل عدم تطابق مکانی و زمانی بین داده‌های سنتی اجتماعی و محیطی ممنوع است. بنابراین این اطلاعات پتانسیل زیادی برای استفاده در تحقیقات وضعیت اجتماعی-محیطی دارند. همچنین ادراک از آموزش پایدار و حفاظت از محیط‌زیست توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های مبتنی بر اینترنت (مانند فیس‌بوک یا واتساپ) امروزه بسیار اهمیت دارد. شکل‌گیری درک کاربر از تغییر آب و هوا و حفاظت از محیط‌زیست بخشی از آموزش پایدار است. این شبکه‌ها به روند کسب، پردازش و تبادل اطلاعات در مورد توسعه پایدار و به شکل‌گیری آگاهی محیط‌زیستی اجتماعی کمک می‌کند و آموزش پایدار ممکن است به مردم در تغییر دیدگاه‌های خود کمک کرده و آن‌ها حفاظت از محیط‌زیست را برای آینده ضروری بدانند. این امر مستلزم احیا و استقرار یک مدیریت راهبردی محور در سازمان‌ها و حوزه‌های مرتبط با محیط‌زیست است (Simionescu et al., 2020).

لینتون فرهنگ را «جمع کل دانش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای رفتار عادی مشترک و منتقل شده توسط اعضای یک جامعه خاص» توصیف می‌کند (Schumacher, 2013). هال (۱۹۸۲) فرهنگ را این‌گونه تعریف می‌کند: «کارهای زیسته شده‌ای که مشخصه جامعه، طبقه یا گروه خاصی در دوره خاص تاریخی می‌باشند». فرهنگ شامل ایدئولوژی‌های عملی است که جامعه، گروه یا طبقه‌ای را قادر می‌سازد تا شرایط هستی خود را تجربه، تعریف و تفسیر کند و معنای آن را درک نماید (Billington, 2013). مجموعه رفتارهای ضابطه‌مند در بستر فرهنگ موجب جهت‌دهی در ابعاد مختلف زندگی خواهد بود. به عبارت دیگر فرهنگ

ریشه و ساختار اصلی توسعه همه جانبه است و زمانی می‌توان انتظار شادابی و پویایی را برای جامعه تصور نمود که این ساختار به صورت اصولی انجام یافته باشد (Adhami & Akbarzadeh, 2011).

تومه در مقام نویسنده‌ای محیط‌گرا، معتقد است که میزان احترام شهروندان هر جامعه به اخلاق محیطی و حفاظت از محیط طبیعی، از جمله معیارهای سنجش میزان توسعه فرهنگی در آن جامعه محسوب می‌شود. وی معتقد است فرهنگ و جامعه باهم در تعامل هستند و فرهنگ هدایت‌کننده عملکرد افراد جامعه می‌باشد. با تغییر فرهنگ، می‌توان رفتار مردم را تغییر داد اما فرهنگ فقط یک عامل یا یک واژه و عبارت نیست، بلکه دنیای گسترده‌ای است. فرهنگ متشکل از عادات و آداب است عاداتی که در طی زمان شکل گرفته‌اند و مردم مطابق آن‌ها رفتار می‌کنند (Tomeh, 2016).

مدیریت، هدایت یا دست کم اثرگذاری بر بخشی از افکار عمومی در اختیار رسانه‌ها و دانش و گسترش داده‌های اطلاعاتی نیز محرک اصلی خلاقیت یا آفرینش‌گری خواهد بود (Toffler, 2013). شیوه‌ای که افراد برای مدیریت منابع طبیعی انتخاب می‌کنند و اثرات ناشی از فعالیت‌های انسانی بر منابع به میزان زیادی تحت تأثیر نگرش آن‌ها نسبت به محیط‌زیست می‌باشد (Oakley, 2001).

در حالی که در بستری سالم همواره آموزش و ارتقاء سطح سواد و فهم اکولوژیک جامعه، راه دستیابی به پایداری توسعه در همه ابعاد آن می‌باشد، شاید این باور که تحقق توسعه پایدار همان فرآیند تربیت افراد جامعه می‌باشد که ریشه در آموزش و ارتقاء فرهنگ آن دارد، هنوز در ایران دشوار است. آثار و پیامدهای سوء این تفکر مدیریتی را به خوبی در چالش‌ها و بحران‌های فرآینده محیط‌زیستی کنونی در کشورمان می‌توان مشاهده نمود. افزایش نرخ رشد انقراض گونه‌های جانوری و گیاهی، بحران مدیریت منابع آبی کشور، مرگ و میر ناشی از افزایش آلاینده‌های محیط‌زیستی و... همه و همه به نوعی بیانگر این است که توسعه ناسازگار با محیط‌زیست در گرو تفکر و اندیشه‌های آموزش ندیده‌ای است که پیامدهای سوء ناشی از توسعه ناهمگون با محیط‌زیست را به خوبی درک نکرده و در عرصه‌های مدیریتی تصمیماتی را رقم می‌زنند که آثار زیان‌بار آن برای سالیان متمادی باقی خواهد ماند. بنابراین، حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی بدون همکاری و مشارکت همگان امکان‌پذیر نمی‌باشد. مشارکت اجتماعی یک داد و ستد دوطرفه میان مردم بوده و زمانی تحقق می‌یابد که بی‌تفاوتی و بی‌مسئولیتی جایش را به احساس مسئولیت و وابستگی بدهد.

نظام رسانه‌ای قوی در گروهی نظام مدیریت سیاست‌گذاری و همچنین روش و الگوی رسانه‌ای صحیح است. همچنان بسیاری از افراد جامعه فاقد دانش و آگاهی محیط‌زیستی مناسب در زمینه‌ی میزان و نحوه بهره‌گیری از منابع طبیعی هستند و باید اقدامات مورد نیاز در خصوص ارتقای سطح دانش و آگاهی عمومی انجام گیرد. تاکنون پژوهشی در زمینه مطالعه ارائه الگوی رسانه‌ای به منظور ارتقاء فرهنگ حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی به صورت گراندد تئوری، انجام و یا حداقل نتایجی در این زمینه منتشر نشده است.

Ekhtyari و همکاران (۲۰۱۸) به تبیین مدل عوامل تأثیرگذار بر توسعه فرهنگ محیط‌زیست پرداختند. نتایج پژوهش، شش عامل اثرگذار یعنی آموزش، پژوهش، مدیریت، ساختار، فرهنگ‌سازی و راهکارهای ملی را به عنوان عوامل موثر بر توسعه فرهنگ محیط‌زیست تایید کردند. Shahnooshi & Abdullahi (۲۰۱۶) به تحلیل فرهنگ محیط‌زیستی و برخی از عوامل موثر بر آن پرداخته‌اند. یافته‌های آن‌ها گویای آن است که تقریباً ۲۰ درصد شهروندان آگاهی محیط‌زیستی پایین، ۷۰ درصد متوسط و ۱۰ درصد آگاهی محیط‌زیستی بالایی دارند و هم چنین رابطه متغیرهای سن، سطح تحصیلات، محل تولد، بومی بودن، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و نزدیکی با طبیعت با متغیر فرهنگ محیط‌زیستی مورد تایید قرار گرفته است. همچنین بر اساس پژوهش

Hemmati & Shobeiri (۲۰۱۵) اهداف محیط‌زیستی بر فرهنگ محیط‌زیستی موثر است و حمایت مدیریتی از طرح‌های محیط‌زیستی با فرهنگ محیط‌زیستی نیز رابطه مستقیم دارد.

Sohrabi & Tadayoun (۲۰۱۷) پژوهشی با هدف «حوزه‌های افشاگری و شناسایی عوامل موثر بر افزایش انگیزه برای افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی»، انجام دادند. توجه به بعد جهانی مسائل محیط‌زیستی از یک سو و آگاهی پیدا کردن در مورد این مسائل از سوی دیگر، تقاضا برای پاسخگویی سازمان‌ها در مورد مسائل محیط‌زیستی را افزایش داده است. ارائه افشای اطلاعات محیط‌زیستی، یک روش برای توضیح سیاست‌های مربوط به مسوولیت سازمان برای اعمال فعالیت‌های اخلاقی، اجتماعی و محیط‌زیستی است. بدین منظور با استفاده از مدلی در حوزه افشاگری و با استفاده از مصاحبه از خبرگان (کارشناسان، سرپرستان و اعضای هیات علمی دانشگاه‌های سراسر کشور)، عوامل مهم انگیزشی در سطح افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی و با استفاده از فن دلفی، ۶۴ عامل موثر برافزایش انگیزش افراد در ۶ بخش، رسانه‌ها، قوه قضاییه، کارکنان، نهادها و سایر ارگان‌ها، مصرف‌کنندگان و سرمایه‌داران شناسایی شدند. عامل حمایت دولت از این افراد، عضویت در سازمان‌های نظارتی، ترس از مجازات دولتی، امنیت شغلی، عامل مذهب، وجدان کاری، فرهنگ جامعه، توجه به آینده و دیگران، پاداش مادی، ویژگی تاهل افراد و اهمیت به کار، از مهم‌ترین عوامل در شش کانال مورد نظر بودند.

Pourqasem و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با «هدف بررسی چالش‌های ترویج سواد محیط‌زیستی زنان روستایی در استان کرمانشاه» انجام داده‌اند. روش این تحقیق تحلیلی-کاربردی است و نمونه‌ها به صورت هدفمند و با روش نمونه‌گیری ملاک محور انتخاب شدند. تحلیل داده‌ها نشان داد که عدم برنامه‌ریزی سیستماتیک، جامع و متناسب با زمینه، عدم مسوولیت‌پذیری و پاسخگویی در قبال معضلات محیط‌زیست، عدم ارتباطات سازنده بین بخشی و فرابخشی، اولویت نبودن زنان روستایی در آموزش-های محیط‌زیستی، مشکلات مربوط به تأمین نیروی ماهر و بودجه کافی برای آموزش به‌ویژه آموزش زنان، سیاست‌ها و ساختار تشکیلاتی ناکارآمد، و حاکم نبودن دیدگاه‌های مدیریتی محیط‌زیست‌گرا سبب عدم برنامه‌ریزی و اجرای صحیح برنامه‌ها و آموزش‌های محیط‌زیستی به‌ویژه برای زنان شده است. Mojaver Sheikhan و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی که با هدف «بررسی نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات میان فرهنگی»، انجام دادند. به این نتیجه رسیدند که بیشترین تأثیر بر توسعه ارتباطات میان فرهنگی در ایران، به ترتیب متعلق به تلویزیون داخلی و رادیو می‌باشد و رسانه‌های برون مرزی، در جایگاه آخر قرار گرفته‌اند. همچنین Qaemi Menesh (۲۰۱۸) پژوهشی با هدف «بررسی عملکرد رسانه‌ای گرافیک محیطی در مواجهه با بحران محیط‌زیست و ارائه راه حل برای حفظ آن»، انجام داد. این پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده و با بررسی نمونه‌های گرافیک محیطی انجام شده با موضوع محیط‌زیست در جهان و ایران، مشخص شد که کمبود آگاهی و در نتیجه عدم وجود فرهنگ محیط‌زیستی در یک جامعه می‌تواند بزرگ‌ترین معضل در زمینه مسائل محیط‌زیستی باشد و گرافیک محیطی به عنوان یک رسانه می‌تواند نقش بسیار مهمی در افزایش آگاهی و فرهنگ محیط‌زیستی افراد جامعه و مسئولین داشته باشد. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی عوامل زمینه‌ای موثر بر مدیریت فرهنگ محور محیط‌زیست از طریق رسانه است.

مواد و روش‌ها

در این پژوهش، از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد مصاحبه استفاده شده و به همراه آن، بررسی جامعی از ادبیات و پیشینه در تمام فرآیند جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفته است. تحقیق کیفی عبارت است از مجموعه فعالیت‌هایی مانند مشاهده، مصاحبه

و مشارکت در فعالیت‌های تحقیق که هر کدام به نحوی محقق را در کسب اطلاعات دست اول درباره موضوع مورد تحقیق و پیچیدگی‌های روابط متقابل بین افراد یاری می‌نماید (Danaeifar et al., 2018).

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از رویکرد سه مرحله‌ای استفاده شده است. این روش خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری انتخابی^۳ است.

روایی و پایایی داده‌ها بر اساس چهار معیار کیفیت پژوهش یعنی روایی سازه، روایی درونی، روایی برونی و پایایی مورد ارزیابی قرار گرفت. جامعه آماری این تحقیق شامل ۳۱ نفر از کارشناسان و متخصصان حوزه محیط‌زیست است که به صورت هدفمند وابسته به معیار انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفتند. همچنین مصاحبه با صاحب‌نظران و اساتید حوزه محیط‌زیست و همچنین منابع طبیعی در این زمینه انجام شده و گردآوری اطلاعات تا رسیدن به اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت (Charmaz, 2014). به منظور اطمینان از روایی و پایایی ابزار پژوهش که مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته بوده است، پس از رسیدن به اشباع اطلاعات، تعداد ۴ مصاحبه دیگر نیز انجام شده و پژوهشگر اطمینان حاصل کرد که به تکرار اطلاعات رسیده است. سپس مصاحبه‌ها در سه مرحله باز، محوری و گزینشی پیاده و تجزیه و تحلیل شد و نتیجه استخراج مطالب از هر مصاحبه مجدداً به رویت ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان رسید. پس از پیاده کردن همه اطلاعات و مطالب و استخراج نتایج کلی نتایج استخراج شده جهت تایید و اظهار نظر به ۵ نفر از متخصصان رشته‌های مدیریت، علوم ارتباطات و مدیریت رسانه ارایه شد و نظرات اصلاحی آنان اعمال شد.

جامعه و نمونه پژوهش و نحوه اجرای آن

جامعه آماری این پژوهش شامل صاحب‌نظران رسانه و محیط‌زیست، فرهنگ و رسانه، سازمان حفاظت محیط‌زیست و افراد متخصص و کارشناسان خبره سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور و اداره کل منابع طبیعی استان اصفهان که به صورت نظری به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. در واقع افرادی که هم با وضعیت و شرایط حاضر نقش رسانه در رابطه با محیط‌زیست آشنایی داشته و نیز در زمینه محیط‌زیست و منابع طبیعی به لحاظ نظری یا عملی اطلاعات کافی داشتند.

در تحقیق کیفی، هدف انتخاب گروهی از نمونه‌ها آن نیست که معرف جامعه به صورت تصادفی باشد، بلکه هدف انتخاب افرادی است که بتوانند اطلاعات خوبی را در موضوع پژوهش به فرد بدهند. همچنین در روش تحلیل محتوای توصیفی، نمونه‌گیری هدفمند وابسته به معیار است و پژوهشگر تا زمانی که به اشباع نظری^۴ نرسد همچنان نمونه‌برداری را ادامه می‌دهد. بنابراین، انتخاب مشارکت‌کنندگان در این مطالعه، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند وابسته به معیار و داوطلب با حداکثر تنوع انجام گرفت. تعداد نمونه‌های مورد نیاز برای انجام مصاحبه بستگی به هدف مطالعه دارد. با توجه به زمان و منابع قابل دسترس می‌توان از تعداد ۱۰ تا ۱۵ نمونه برای انجام مصاحبه استفاده نمود. اما لزوماً این تعداد ممکن است افزایش یافته و هیچ محدودیتی برای تعداد مصاحبه در روش کیفی وجود ندارد. در این مطالعه با ۳۱ نفر مصاحبه انجام شد که از مصاحبه‌ی بیست و پنجم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید و به اشباع نظری رسیده بود؛ اما برای اطمینان تا مصاحبه‌ی ۳۱ ادامه یافت. هر مصاحبه ۶۰ دقیقه به طول انجامید، مصاحبه‌ها با اجازه از مشارکت‌کنندگان ضبط شد و در اسرع وقت نسخه برداری شد. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در این پژوهش در جدول ۱ به اجمال اشاره شده است.

¹ Open Coding

² Axial Coding

³ Selective Coding

⁴ Theoretical saturation

جدول ۱- خصوصیات جمعیت شناختی جامعه آماری پژوهش

Table 1- Demographic characteristics of the statistical population in the research

ردیف	جنس	تحصیلات	رشته تحصیلی	شغل
۱	مرد	دکتری	علوم ارتباطات	مدیرکل روابط عمومی سازمان حفاظت محیط‌زیست
۲	مرد	دکتری	مهندسی آب	مدیرکل صدا و سیما، مرکز اصفهان
۳	مرد	کارشناس ارشد	محیط‌زیست	عضو هیأت علمی مؤسسه تحقیقات جنگل‌ها و مراتع
۴	مرد	دکتری	کارگردانی	تهیه کننده مستندهای محیط‌زیستی
۵	زن	کارشناس ارشد	روان‌شناس	کارشناس روابط عمومی سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور
۶	زن	کارشناس ارشد	مهندس ترویج منابع طبیعی	کارشناس ارشد منابع طبیعی استان اصفهان
۷	مرد	دکتری	علوم سیاسی	مدیر روابط عمومی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی یزد
۸	مرد	کارشناس ارشد	مدیریت فرهنگی	خبرنگار صدا و سیما، مرکز اصفهان
۹	مرد	کارشناس ارشد	جنگل کاری	مدیر ترویج اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان
۱۰	مرد	دکتری	منابع طبیعی	عضو هیأت علمی دانشگاه صنعتی اصفهان
۱۱	مرد	کارشناس ارشد	منابع طبیعی	مدیر عامل جمعیت پیام سبز اصفهان
۱۲	مرد	دکتری	منابع طبیعی	عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اصفهان
۱۳	زن	کارشناس ارشد	منابع طبیعی	خبرنگار روزنامه‌های شرق و اعتماد
۱۴	مرد	کارشناس ارشد	کشاورزی	مدیر روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان
۱۵	مرد	دکتری	هوا و اقلیم	معاون امور اراضی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان
۱۶	مرد	دکتری	کارگردانی سینما	مدرس و تهیه کننده سینما
۱۷	زن	کارشناس ارشد	-	کارشناس ارشد ترویج اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان
۱۸	مرد	دکتری	منابع طبیعی	مدیر کل ترویج سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور
۱۹	مرد	کارشناس ارشد	کارگردانی	تهیه کننده مستندهای محیط‌زیست
۲۰	مرد	کارشناس ارشد	حقوق	مدیر روابط عمومی سازمان محیط‌زیست استان اصفهان
۲۱	مرد	کارشناس ارشد	مدیریت فرهنگی	مدیر طرح و برنامه صدا و سیما، استان اصفهان
۲۲	مرد	کارشناس ارشد	روابط عمومی	کارشناس مسئول روابط عمومی سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور
۲۳	مرد	کارشناس ارشد	تاریخ	خبرنگار منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان
۲۴	مرد	دکتری	مدیریت رسانه	معاون دانشگاه علوم قرآنی اصفهان
۲۵	مرد	کارشناس ارشد	مدیریت فرهنگی	خبرنگار روزنامه اطلاعات
۲۶	مرد	دکتری	مدیریت رسانه	کارشناس ارشد اداره کل غله استان اصفهان
۲۷	مرد	دکتری	مدیریت رسانه	نویسنده و روزنامه‌نگار شهرداری اصفهان
۲۸	مرد	کارشناس ارشد	کارگردانی	تهیه کننده سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران
۲۹	مرد	کارشناس ارشد	مدیریت رسانه	مدیرکل روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور
۳۰	مرد	کارشناس ارشد	ترویج منابع طبیعی	معاون روابط عمومی سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور
۳۱	زن	دکتری	مدیریت رسانه	کارشناس مسوول ارتباط با رسانه آبغای استان اصفهان

روش گردآوری اطلاعات پژوهش

چنان که اشاره شد در این مطالعه با ۳۱ نفر مصاحبه انجام شد که تا مصاحبه نفر ۲۵ پس از هر مصاحبه کدی استخراج می‌شد، ولی پس از آن روند استخراج کد بسیار زمان‌بر و تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد، به طوری که به سختی می‌شد کدی را استخراج نمود و به اشباع نظری رسیده بود؛ اما برای اطمینان تا مصاحبه ۳۱ ادامه یافت. روند کاهشی و زمان بالای صرف

شده برای استخراج کد جدید نشان‌دهنده تحقق مسأله اشباع نظری اطلاعات در این پژوهش بوده و اطمینان حاصل شد که مقوله اشباع نظری به شیوه مطلوبی رعایت شده و گردآوری داده‌ها در این پژوهش تا سطح مطلوب ادامه یافته است. همچنین در نمونه پژوهش کیفی باید از آزمودنی‌هایی استفاده شود که بهترین دانش در مورد موضوع مورد بررسی را دارا باشند. این امر نشان‌دهنده آن است که کارآمدی و اثربخشی اشباع طبقه‌ها همراه با بهینه کردن کیفیت داده‌های پژوهش تضمین می‌شود (Strauss & Corbin, 1990). مصاحبه با صاحب‌نظران رسانه و محیط‌زیست، اساتید جامعه‌شناسی، فرهنگی و رسانه، سازمان حفاظت محیط‌زیست و افراد متخصص و کارشناسان خبره سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور و اداره کل منابع طبیعی استان اصفهان به تأیید پایایی پژوهش منجر شده است.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

روش تجزیه و تحلیل در این پژوهش بدین صورت بود که در تحلیل محتوای کیفی این پژوهش در ابتدا پژوهشگر مقوله‌ها را دسته‌بندی کرد و آن‌ها را به مقوله اصلی طراحی اولیه برای مسئله پژوهش و اجرا و به روزرسانی تقسیم‌بندی شد و به صلاحدید خبرگان علمی و صاحب‌نظران در آمد. متن‌هایی که از مصاحبه با خبرگان و متخصصین تا رسیدن به حد اشباع، به دست آمد، با دقت مطالعه، در سطح تحلیل خرد و استخراج مفاهیم اولیه و نظم‌دهی مفهومی از روش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی (Strauss & Corbin, 1990) استفاده شد. در این مرحله، همان کدها به صورت مفهومی طبقه‌بندی و خرده-مقوله‌ها شناسایی و استخراج شدند. فرایند پژوهش بدین صورت شروع شد که مفاهیم استخراج شده از اطلاعات محقق را به سمت شرکت‌کنندگان بعدی که می‌توانستند اطلاعات بیشتری در رابطه با مفاهیم در حال ظهور به وجود بیاورند هدایت نمود. انتخاب نمونه، جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل اطلاعات تا زمان اشباع نظری که محقق به اطمینان رسید که تم جدیدی ظهور نیافته و توصیف عمیق تجربه ادامه یافت.

نتایج

سوال تحقیق: شناسایی عوامل زمینه‌ای موثر بر مدیریت فرهنگ محور محیط‌زیست از طریق رسانه چیست؟
شرایط زمینه‌ای یک پدیده منحصر به همان پدیده است. عوامل زمینه‌ای نظیر برخورد غیرعلمی مدیران با رسانه، فراگیر نبودن امکانات رسانه‌ها، عدم اعتقاد به رسانه‌ای نمودن فعالیت‌ها، رعایت جوانب امنیتی، موازی بودن فعالیت‌های منابع طبیعی و محیط‌زیست، کمبود رسانه‌های محیط‌زیستی و نقش ضعیف سازمان‌های مردم‌نهاد و عوامل مدیریتی شامل تأمین اعتبارات و ایجاد نظام ارتباطی رسانه و محیط‌زیست (شکل ۱) می‌باشد (جدول ۲).

جدول ۲- شرایط زمینه‌ای مبتنی بر ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست

Table 2- Contextual conditions based on environmental culture enhancement

ابعاد	کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
مدیریتی	برخورد غیر علمی مدیران با رسانه	-استفاده مدیران از رسانه و روابط عمومی در حد ابزار -تاکید بر اطلاع‌رسانی و گزارش عملکرد	-ناآشنایی مدیران از قدرت رسانه‌ها -نگاه اشتباه مدیران به رسانه -استفاده مدیران از رسانه‌ها برای تبیین عملکرد

		<p>-تولید محتوا بر اساس سلايق مديران</p> <p>-كمبود مديران فرهنگي در سازمان‌هاي متولي</p> <p>-عدم برخورداري مديران فني از مطالعات فرهنگي و رسانه‌اي</p> <p>-نرسيدن به فهم مشترك مجريان و مخاطبان</p>	<p>-دخالت غير تخصصي در توليد محتوا</p> <p>-ضعف بنيه فرهنگي مديران فني</p>
رسانه‌اي	فراگير نبودن امكانات رسانه‌ها	<p>-تلاش كم صدا و سيما علي رغم قوانين موجود</p> <p>-عدم تاثير عميق شبكه‌هاي اجتماعي</p> <p>-عدم قدرت رسانه‌ها در افشاگري</p> <p>-فعالان رسانه‌اي نيازمند آموزش‌هاي محيط‌زيستي</p> <p>-عدم وجود توان مالي و تخصصي رسانه ملي در مخاطب شناسي</p> <p>-عدم موفقيت رسانه‌هاي خصوصي به موازات بخش دولتي</p>	<p>-عدم گسترش رسانه‌هاي خصوصي</p> <p>-عدم آشنائي عميق رسانه‌ها با موضوعات منابع طبيعي و محيط‌زيست</p> <p>-هزينه بر بودن ارتباط با رسانه ملي</p> <p>-توجه سطحي به چالش‌هاي محيط‌زيست</p>
مديريتي	عدم اعتقاد به رسانه‌اي نمودن فعاليتها	<p>-عدم توان رسانه‌اي سازمان جنگل‌ها در دفاع از فعاليتهاي خود</p> <p>-روحيه جهادي مانع رسانه‌اي شدن فعاليتها</p>	<p>-ضعف ساختاري روابط عمومي</p> <p>-روحيه غير رسانه‌اي جهادگران</p>
سياسي	رعایت جوانب امنیتی	<p>-عدم طرح موضوعات بخاطر سوء استفاده کشورهای بیگانه</p> <p>-عدم برخورد قاطع با تخریب کنندگان محیط‌زیست</p>	<p>-توجه به مشکلات اجتماعي مانند اشتغال</p> <p>-احتياط در رسانه‌اي نمودن تخریب و تصرف منابع</p>
مديريتي	موازي بودن فعاليتهاي محيط‌زيست و منابع طبيعي	<p>-گيچي رسانه‌ها بخاطر موازي بودن فعاليت سازمان‌هاي محيط‌زيست و منابع طبيعي</p> <p>- دوگانه بودن اسم سازمان محيط‌زيست و منابع طبيعي باعث بروز مشكل</p> <p>- صنفی نگری دستگاه‌ها برای مخاطبان</p>	<p>-عدم تشخيص و تفكيك فعاليتهاي دو سازمان موجب كندی فرهنگ‌سازي</p> <p>-اسامي مختلف محيط‌زيست، جنگل‌ها و مراتع، منابع طبيعي</p>
رسانه‌اي	كمبود رسانه‌هاي محيط‌زيستي	<p>-توجه يك بعدی رسانه به جنگل نسبت به بقيه ابعاد منابع طبيعي</p> <p>-آشنا نبودن مردم با اصطلاحات منابع طبيعي</p> <p>-كمبود رسانه‌هاي مخصوص محيط‌زيست و منابع طبيعي</p> <p>-كمبود خبرنگار مربوط</p>	<p>محدود شدن رسانه‌ها به دلایل مالي و قانونی</p> <p>درآمدزا نبودن رسانه‌های بخش علمی بودن اصطلاحات و رویکردها</p>

اجتماعی	نقش ضعیف سازمان‌های مردم نهاد	عدم آشنایی سازمان‌های مردم نهاد با موضوع و عمق فعالیت‌ها دوری از نقد محیطی	- هراس سازمان‌ها از نقد سمن‌ها - کمبود سازمان‌های مردم نهاد و مستقل مردمی در حوزه محیط‌زیست - عدم تاثیر سازمان‌های مردم نهاد
رسانه‌ای	ضعف تخصصی عوامل رسانه و روابط عمومی	-متخصص نبودن کارگزاران روابط عمومی -برخوردار نبودن رسانه‌ها از دانش محیط‌زیست و منابع طبیعی - نبود هنر و خلاقیت‌های لازم - نبود خبرنگار ویژه و متخصص -جنجال آفرینی به دلیل فقدان تخصص -انتشار محتوای بی کیفیت - تولید محتوای تکراری و کلیشه‌ای - اقدام دیر هنگام در انتشار اخبار و گزارش‌ها - تمایل رسانه‌ها به فن محیط‌زیست	-عدم تخصص کارشناسان روابط عمومی سازمان‌های محیط‌زیست -کیفیت پایین تولیدات رسانه‌ای -عدم آگاهی متخصصان رسانه از فعالیت‌های زیست‌محیطی -بی‌انگیزگی پرسنل روابط عمومی سازمان‌های متولی -عدم خلاقیت و ذوق در پرسنل روابط عمومی سازمان‌های متولی -کمبود خبرنگاران تخصصی -عدم دسترسی رسانه‌ها به اطلاعات منابع طبیعی و محیط‌زیست -نیاز به تربیت خبرنگار تخصصی حوزه محیط‌زیست و منابع طبیعی - کمبود تولید محتوای کیفی -عدم تخصص رسانه‌ها موجب جنجال آفرینی -ضعف روابط عمومی‌ها در تولید محتوا - بر خورداری کارکنان رسانه‌ها از فن محیط‌زیست به جای دانش محیط -عدم انتشار به موقع اخبار محیط‌زیستی -ضعف در تولید محتوا با موضوع محیط‌زیست - تولید محتوای کلیشه‌ای نوعی توهین به مخاطب -سختی کار روابط عمومی محیط‌زیست -مزایای کمتر پرسنل روابط عمومی

سوال دوم تحقیق: شناسایی شرایط علی موثر بر مدیریت فرهنگ محور محیط‌زیست از طریق رسانه چیست؟
در تحقیق حاضر بر اساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان مقوله‌های زیر به عنوان شرایط علی موثر بر ارتقاء مدیریت فرهنگ محیط‌زیست و منابع طبیعی از طریق رسانه و همچنین شرایط علی که باعث تضعیف این روند می‌شود، شناسایی شده است.

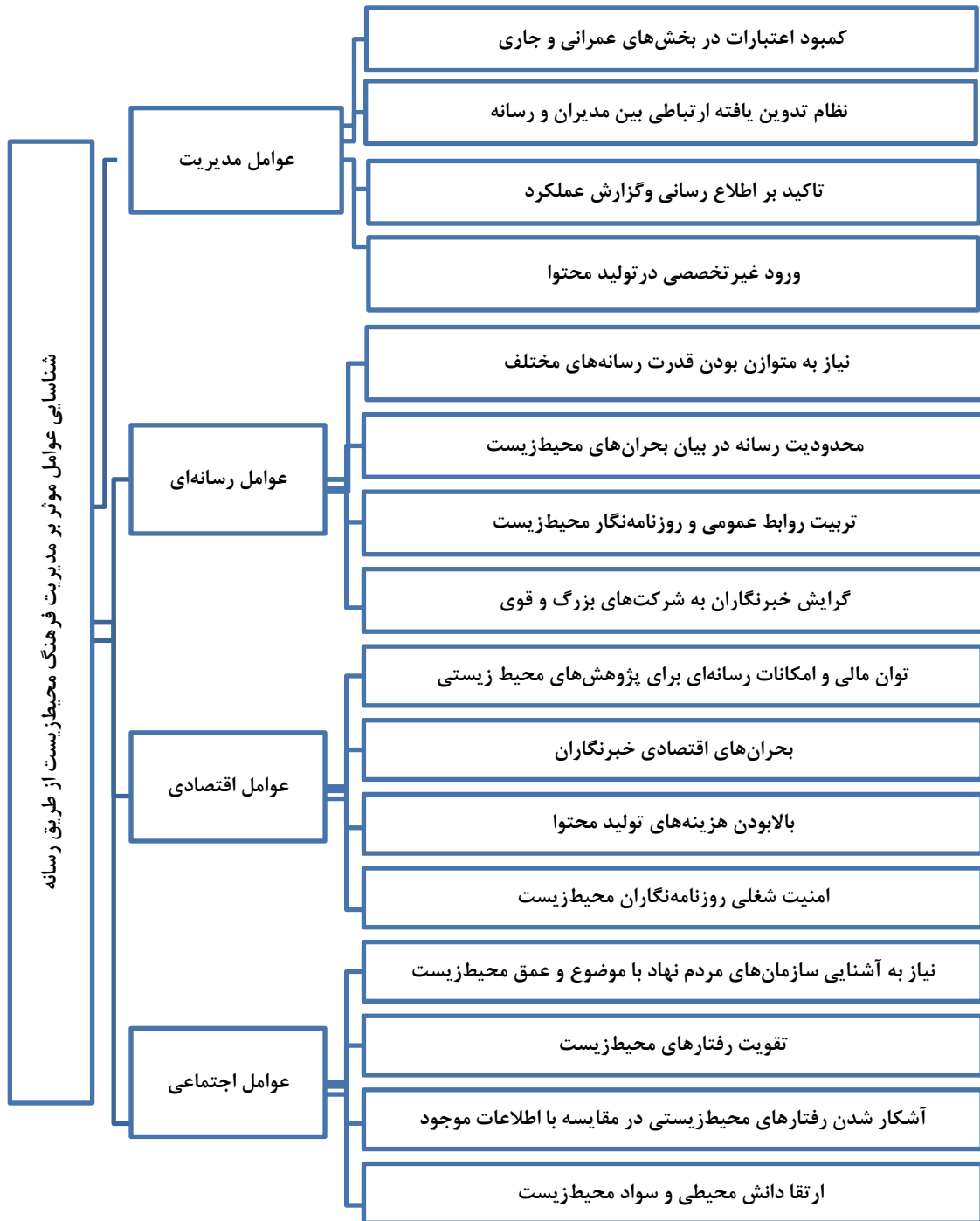
جدول ۳- شرایط علی ارتقاء فرهنگ حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی

Table 3- Causal conditions of promoting the culture of preserving the environment and natural resources

ابعاد	کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
رسانه‌ای	عدم وجود دموکراسی رسانه‌ای	-محدودیت کارشناسان در اظهار نظر -نامتوازن بودن قدرت رسانه‌ها -متکی بودن رسانه‌ها -محدودیت در بیان بحران‌های محیط‌زیست	-انحصاری بودن صدا و سیما مانع اظهار نظر کارشناسان محیط‌زیست است -آشکار نبودن اهمیت محیط‌زیست برای صدا و سیما -عدم قدرت شبکه‌های رسمی به اندازه شبکه‌های اجتماعی -عدم وجود رسانه مستقل -پایین بودن آزادی بیان در بیان ابعاد محیط‌زیست
		گرایش خبرنگاران و رسانه‌ها به شرکت‌های بزرگ	-توجه صدا و سیما به سازمان‌های متمول نسبت به بقیه -توجه مطبوعات به سازمان‌های متمول
اقتصادی	تمایل سازمان‌های رسانه‌ای به ارگان‌های اقتصادی	-متخصص شدن کارگزاران روابط عمومی -برخوردار نبودن رسانه‌ها از دانش محیط‌زیست -هنر و خلاقیت‌های لازم -خبرنگار ویژه و متخصص -جنجال آفرینی به دلیل فقدان تخصص -انتشار محتوای بی کیفیت -تولید محتوای تکراری و کلیشه‌ای -اقدام دیر هنگام در انتشار اخبار و گزارش‌ها -تمایل رسانه‌ها به فن محیط‌زیست	-عدم تخصص کارشناسان روابط عمومی و رسانه -کیفیت پایین تولیدات رسانه‌ای -عدم آگاهی متخصصان رسانه از فعایت‌های محیط‌زیستی -بی انگیزگی پرسنل روابط عمومی سازمان‌های متولی -عدم خلاقیت و ذوق در پرسنل روابط عمومی سازمان‌های متولی -کمبود خبرنگاران تخصصی -عدم دسترسی رسانه‌ها به اطلاعات منابع طبیعی و محیط‌زیست -عدم وجود خبرنگار تخصصی محیط‌زیست و منابع طبیعی -نبود پرسنل متخصص در روابط عمومی - کمبود تولید محتوای کیفی - تخصصی نبودن رسانه -عدم تخصص خبرنگاران -عدم تخصص رسانه‌ها موجب جنجال آفرینی -ضعف روابط عمومی‌ها در تولید محتوا -کمبود خبرنگاران متخصص -برخورداری کارکنان رسانه‌ها از فن محیط‌زیست به جای دانش محیط -عدم انتشار به موقع اخبار محیط‌زیستی -ضعف در تولید محتوا -تولیدات محتوای کلیشه‌ای نوعی توهین به مخاطب -سختی کار روابط عمومی -مزایای کمتر پرسنل روابط عمومی
		ضعف تخصصی عوامل رسانه و روابط عمومی	

مدیریتی	ساختار سازمانی در بعد ارتباطات	-برطرف شدن نیازهای پرسنلی روابط عمومی -مرجح بودن پروژه‌های عمرانی بر فرهنگی -ساختار سازمانی ضعیف	-ساختار ضعیف روابط عمومی‌ها -غلبه تفکر اجرای پروژه‌های فنی بر فرهنگی اجتماعی -ضعف ساختار سازمانی روابط عمومی و ترویج دستگاه‌ها
اجتماعی	تقویت رفتار محیط‌زیستی	-آشکار شدن رفتارهای محیط‌زیستی در مقایسه با اطلاعات موجود -توجه ظاهری به موضوع محیط‌زیست -تخریب و تصرف نشانه بدرفتاری -نیاز به ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست	-نهادینه نشدن رفتار محیط‌زیستی -باور پذیر نشدن اهمیت محیط‌زیست -بی‌تاثیری رسانه‌ها به خاطر تخریب و تصرف منابع طبیعی توسط مسوولان -سطح ضعیف فرهنگ محیط‌زیست -کمبود دانش محیط‌زیستی
اقتصادی	مشکلات اقتصادی، اعتباری رسانه‌ها، خبرنگاران و روابط عمومی‌ها	-خبرنگاران درگیر معیشت خود -مشکلات مالی مطبوعات -نگرانی خبرنگاران بابت تامین معاش -داشتن توان مالی و امکاناتی رسانه‌ها -وامداری رسانه‌ها -تخصیص بودجه ی لازم -پایداری مشاغل خبرنگاری -هزینه بر بودن تولید و پخش از رسانه ملی	-خبرنگاران درگیر معیشت خود -مشکلات مالی مجلات محیط‌زیستی غیر علمی -وامداری رسانه‌ها بخاطر مشکلات مالی -تحت تاثیر بودن موضوع محیط‌زیست به خاطر مشکلات اقتصادی -بی توجهی به محیط‌زیست در اثر مشکلات اقتصادی -کمبود بودجه‌های فرهنگی -عدم امنیت شغلی خبرنگاران -رسانه درگیر مشکلات اقتصادی -هزینه بر بودن تولید و پخش از رسانه ملی
اجتماعی	مطالبه‌گری مخاطبان نسبت به اتفاقات محیط‌زیست توان پایین رسانه‌ها در پاسخ خواهی از مسوولان مطلبه‌گری مخاطبان مطلبه‌گری مخاطبان نسبت به اتفاقات محیط‌زیست توان پایین رسانه‌ها در پاسخ خواهی از مسوولان اهمیت تامین معیشت مردم به هر قیمت در الویت بودن محیط‌زیست و منابع طبیعی	مطالبه‌گری مخاطبان نسبت به اتفاقات محیط‌زیست توان پایین رسانه‌ها در پاسخ خواهی از مسوولان توجه مردم به زندگی روزمره مردم مهم شدن بحران‌های طبیعی برای عرصه نشینان اعتقاد مسوولان به محیط‌زیست در عمل توجه به توسعه صنعتی اهمیت تامین معیشت مردم به هر قیمت دغدغه‌مندی محیط‌زیستی متولیان رسانه‌ها و خبرنگاران	-در الویت نبودن حفظ محیط‌زیست -بی اعتقادی مسوولان به ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست -فرهنگ محیط‌زیستی اسیر توسعه -معضلات اقتصادی مانع ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست -در الویت نبودن محیط‌زیست -نداشتن دغدغه محیط‌زیستی متولیان رسانه‌ها - محیط‌زیست مانع توسعه از نظر حاکمیت -پایین بودن درجه اهمیت محیط‌زیست برای مردم و مسوولان -دغدغه‌مند نبودن خبرنگاران -توجه مردم کشورهای پیشرفته به محیط‌زیست بخاطر درآمد بالا -آمادگی ذهنی شهروندان کشورهای پیشرفته برای موضوع محیط‌زیست -دغدغه محیط‌زیستی کشورهای مرفه -بی‌اعتقادی دستگاه‌ها به حفظ منابع طبیعی

مدیریتی	منابع طبیعی و محیط‌زیست مانع توسعه از نظر مسوولان	- بی اعتقادی مدیران به کارکردهای روابط عمومی و رسانه
	محیط‌زیست موضوع دست‌چندم	- پرهیز مسوولان از رسانه‌ها
نیاز به وجود نظام ارتباطی	رفاه اجتماعی دلیل توجه به محیط‌زیست	- فقدان پیوست‌های رسانه‌ای پروژه‌های محیط‌زیست و منابع طبیعی
مبتنی بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای	نیاز به آگاهی مسوولان از تاثیرهای روابط عمومی	- گریز مسوولان از رسانه
	رسانه‌گریز بودن مسوولان	- راهبردی نبودن نظام ارتباطی مدیران با محیط‌زیست
	اجرای پروژه بدون توجه به ابعاد رسانه‌ای	- عدم وجود سیاست‌گذاری برای ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست
	تدوین راهبردهای رسانه‌ای برای مدیران	- فقدان برنامه‌ریزی در تولیدات رسانه‌ای موجود
	نیاز به سیاست واحد رسانه‌ای	- عدم انسجام لازم بین رسانه‌ها و خبرنگاران
	تولیدات رسانه‌ای بدون برنامه	- مشخص نبودن رسالت و وظایف رسانه‌ها بطور دقیق
	تدوین هدفمند وظایف رسانه‌ای	- سختی کار رسانه در ایران
	تبیین مطلوب رابطه رسانه و سیاست	- غفلت از موضوع قدرت و رسانه



شکل ۱- عوامل موثر بر مدیریت فرهنگ محیط زیست از طریق رسانه

Fig. 1- Factors affecting environmental culture management through the media

بحث و نتیجه‌گیری

محیط زیست، میراثی ارزشمند برای آیندگان و مساله با ارزش برای نسل‌های آینده است، بنابراین برای حفظ این میراث گران بها باید بتوان فرهنگ صحیح استفاده از آن را در اجتماع نهادینه ساخت.

تغییر جهت‌گیری ارزشی از ماده‌گرایی به پساماده‌گرایی موجب افزایش آگاهی محیط‌زیستی شده است، اما همچنان بسیاری از افراد جامعه فاقد دانش و آگاهی محیط‌زیستی مناسب در زمینه‌ی میزان و نحوه بهره‌گیری از منابع طبیعی هستند و باید اقدامات مورد نیاز در خصوص ارتقای سطح دانش و آگاهی عمومی انجام گیرد. به علاوه، می‌بایست توجه ویژه‌ای به کاربرد دانش در مدیریت منابع طبیعی معطوف شود. به نحوی که انواع مختلفی از اطلاعات و ترکیبی از نظام‌های دانشی مختلف همچون دانش نوین و بومی در مدیریت منابع طبیعی مورد استفاده قرار داده شود.

در حالی که دانش بومی در زمینه‌ی ساختارها (همچون گونه‌ها، یا منابع خاص غذا و نحوه استفاده از آن توسط گروه‌های مختلف مردم) غنی است، این نوع دانش در خصوص ظرفیت بوم نظام در ارائه خدمات حیاتی برای توسعه اجتماعی یا نحوه مدیریت بوم نظام‌ها و بازخورهای محیط‌زیستی، نارسا و ناتوان است. از طرفی، دانش‌های تجربی بندرت شناخت مناسبی را در زمینه‌ی پویایی‌های پیچیده بوم نظام یا برقراری ارتباط میان مقیاس‌های زمانی و مکانی در اختیار قرار می‌دهند (Olsson, 2007). همین امر ممکن است به اتخاذ تصمیم‌های نامناسب در زمینه‌ی حفاظت بوم نظام منجر گردد. در چنین شرایطی، استفاده تلفیقی از نظام‌های دانش می‌تواند به میزان بیشتری منجر به مدیریت اثربخش بوم نظام شود.

حاکمیت نظام ارزشی بیرونی و اتکا بر باورهای اجتماعی متکی بر توانایی علم، تکنولوژی و اقتصاد بازار در تحقق پیشرفت اجتماعی و افزایش رفاه انسانی موجب شده که تخریب منابع طبیعی به عنوان مسأله‌ای پیچیده و نیازمند مدیریت در نظر گرفته نشود. به نحوی که علی‌رغم شدت یافتن تخریب‌های طبیعی در سال‌های اخیر، برخی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان همچنان به انکار تهدیدهای وارده بر محیط‌زیست و وضعیت بغرنج آن می‌پردازند. همچنین در حالیکه اتکا بر ارزش‌های درونی منابع طبیعی و تأکید بر رابطه نظام اجتماعی - بوم نظام می‌تواند منجر به حفظ کارکردهای این دو نظام در طولانی مدت گردد، تضاد این ارزش‌ها با منافع، علایق و تمایلات کنونی و آینده برخی سیاست‌گذاران و مجریان برنامه‌های مدیریت منابع طبیعی موجب رویگردانی آن‌ها از این نظام ارزشی گردیده است افزون بر این، نظام باورها نیز در شکل‌گیری رفتار حفاظت منابع طبیعی نقش بسزایی دارد. به نحوی که بسیاری از صاحب‌نظران و سیاست‌گذاران با اتکا بر نظریه سلسله مراتب نیازها، بر این باورند که فقرا و افراد محلی به دلیل در اختیار نداشتن منابع کافی برای تأمین نیازهای خود، نگرش و رفتار مثبتی نسبت به منابع طبیعی نداشته و به تخریب آن‌ها مبادرت می‌ورزند.

هرچند این دیدگاه در علوم اجتماعی به میزان زیادی مورد پذیرش قرار گرفته، اما نتایج حاصل از برخی مطالعات نشان می‌دهد که باورهای مبتنی بر فقر نکوهی و محلی نکوهی از وجاهت لازم برخوردار نبوده و نگرانی‌های محلی برای محیط‌زیست در میان ساکنان کشورهای در حال توسعه و فقیر، قوی‌تر از ساکنان کشورهای توسعه‌یافته و صنعتی می‌باشد. بنابراین برخلاف باورهای موجود در زمینه‌ی محیط‌زیست، ساکنان کشورهای کمتر توسعه یافته در قبال مسائل محیط‌زیستی احساس مسئولیت بیشتری می‌کنند. از سوی دیگر، شیوه‌ای که افراد برای مدیریت منابع طبیعی انتخاب می‌کنند و اثرات ناشی از فعالیت‌های انسانی بر منابع به میزان زیادی تحت تأثیر نگرش آن‌ها نسبت به محیط‌زیست می‌باشد (Oakley, 2001).

به نظر می‌رسد استفاده مدیران از رسانه و روابط عمومی و تجزیه و تحلیل‌های رسانه‌ای از محیط‌زیست، نقش اساسی در حکمرانی مطلوب محیط‌زیستی برعهده دارد. از طرفی در سازمان‌های حفاظت محیط‌زیست و جنگل‌ها، مراتع و آب‌خیزداری، همچنین سازمان‌های رسانه‌ای هیچ مدل کاربردی و قابل اجرایی وجود ندارد که براساس آن برنامه‌سازان بتوانند محتوی و برنامه‌های مؤثر در زمینه ارتقاء فرهنگ محیط‌زیستی را تهیه کنند. از همین رو، عقلایی‌ترین کار این است که برای نگهداری از منابع ملی به رسانه‌ها به عنوان عوامل زمینه‌ای بیشتری بها داده شود.

عوامل و شرایط زمینه‌ای نشان‌دهنده یک سری خصوصیات ویژه و متغیرهای کلانی که باعث تأثیر یا عدم تأثیر عوامل و شرایط علی رسانه‌ای بر پدیده اصلی دلالت می‌کنند، توجه به عوامل و شرایط زمینه‌ای که می‌تواند همه ابعاد و مولفه‌های الگو را تحت تأثیر قرار دهد، بسیار حیاتی است. در این پژوهش بدین صورت است که مدل مدیریتی مرتبط با رسانه بر ارتقاء فرهنگ حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی به عنوان تأثیرگذارترین نهاد آموزشی باید و ضروری است و این با توجه به نقش حکومت و حاکمیت در بسترسازی برای تربیت رسانه‌ای زمینه را برای تدوین مدل تربیت رسانه‌ای فراهم می‌آورد. به تعبیری شرایطی که زمینه‌ساز بروز مقوله محوری می‌باشد را به شرایط زمینه‌ای یا واسطه‌ای تعبیر کرده؛ در این پژوهش نتایج حاصل از بین مقوله‌های استخراج شرایط زمینه‌ای ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست و منابع طبیعی از کل مصاحبه‌ها نشان داد در بعد مدیریتی، مقوله‌های محوری (کمبود اعتبارات در بخش‌های عمرانی و جاری به‌منظور فرهنگ‌سازی و ترویج فرهنگ منابع طبیعی و محیط‌زیست، نداشتن یک نظام تدوین یافته ارتباطی بین مدیران و رسانه‌ها، استفاده مدیران از رسانه و روابط عمومی در حد ابزار، تأکید بر اطلاع‌رسانی و گزارش عملکرد، دخالت غیر تخصصی در تولید محتوا، ضعف بنیاد فرهنگی مدیران فنی) عامل زمینه‌ای (برخورد غیر علمی مدیران با رسانه) و مقوله‌های محوری (ضعف ساختاری روابط عمومی، روحیه غیررسانه‌ای جهادگران) عامل زمینه‌ای (عدم اعتقاد به رسانه‌ای نمودن فعالیت‌ها) و مقوله‌های محوری (عدم تشخیص و تفکیک فعالیت‌های دو سازمان موجب کنده فرهنگ‌سازی، اسامی مختلف محیط‌زیست، جنگل‌ها و مراتع، منابع طبیعی) عامل زمینه‌ای (موازی بودن فعالیت‌های محیط‌زیست و منابع طبیعی) را حاصل و در راستای نیل به اهداف و پیامدها به کار می‌گیرد.

در بعد مدیریتی، مقوله‌های محوری (برطرف نشدن نیازهای پرسنلی روابط عمومی، مرجح بودن پروژه‌های عمرانی بر فرهنگی، ساختار سازمانی ضعیف، برطرف نشدن نیازهای پرسنلی روابط عمومی، مرجح بودن پروژه‌های عمرانی بر فرهنگی، ساختار سازمانی ضعیف)، شرایط علی رسانه‌ای (ساختار سازمانی ضعیف در بعد ارتباطات)، را حاصل و در راستای نیل به اهداف و پیامدها به کار می‌گیرد. در بعد رسانه‌ای، مقوله‌های محوری (عدم گسترش رسانه‌های خصوصی، عدم آشنایی عمیق رسانه‌ها با موضوعات منابع طبیعی و محیط‌زیست، هزینه‌بر بودن ارتباط با رسانه ملی، توجه سطحی به چالش‌های محیط‌زیست، محدودیت کارشناسان در اظهار نظر، نامتوازن بودن قدرت رسانه‌ها، متکی بودن رسانه‌ها، محدودیت در بیان بحران‌های محیط‌زیست و منابع طبیعی، متخصص نبودن کارگزاران روابط عمومی، برخوردار نبودن رسانه‌ها از دانش محیط‌زیست و منابع طبیعی، نبود هنر و خلاقیت‌های لازم، نبود خبرنگار ویژه و متخصص، جنجال آفرینی به‌دلیل فقدان تخصص، انتشار محتوای بی کیفیت، تولید محتوای تکراری و کلیشه‌ای، اقدام دیرنگام در انتشار اخبار و گزارش‌ها، تمایل رسانه‌ها به فن محیط‌زیست) عامل زمینه‌ای (فراگیر نبودن امکانات رسانه‌ها) و مقوله‌های محوری (محدود شدن رسانه‌ها به دلایل مالی و قانونی، درآمدزا نبودن رسانه‌های بخش، علمی بودن اصطلاحات و رویکردها) عامل زمینه‌ای (کمبود رسانه‌های محیط‌زیستی) را حاصل و در راستای نیل به اهداف و پیامدها به کار می‌گیرد. در بعد سیاسی، مقوله‌های محوری (توجه به مشکلات اجتماعی مانند اشتغال، احتیاط در رسانه‌های نمودن تخریب و تصرف منابع) را حاصل و در راستای نیل به اهداف و پیامدها به کار می‌گیرد. در بعد مدیریت اقتصادی، مقوله‌های محوری (گرایش خبرنگاران و رسانه‌ها به شرکت‌های بزرگ) شرایط علی رسانه‌ای (تمایل سازمان‌های رسانه‌ای به ارگانهای اقتصادی)؛ مقوله‌های محوری (نگرانی خبرنگاران بابت تامین معاش، نداشتن توان مالی و امکاناتی رسانه‌ها، نداشتن توان مالی و امکاناتی رسانه‌ها، عدم تخصیص بودجه‌ی لازم، پایدار نبودن مشاغل خبرنگاری، هزینه بر بودن تولید و پخش از رسانه ملی) شرایط علی رسانه‌ای (مشکلات اقتصادی، اعتباری رسانه‌ها، خبرنگاران و روابط عمومی‌ها)، را حاصل و در راستای نیل به اهداف و پیامدها به کار گرفته است

در بعد اجتماعی، مقوله‌های محوری (عدم آشنایی سازمان‌های مردم نهاد با موضوع و عمق فعالیت‌ها، دوری از نقد محیطی، آشکار نشدن رفتارهای محیط‌زیستی در مقایسه با اطلاعات موجود، توجه ظاهری به موضوع محیط‌زیست، تخریب و تصرف نشانه بدرفتاری، نیاز به ارتقاء فرهنگ محیط‌زیست) عامل زمینه‌ای (نقش ضعیف سازمان‌های مردم نهاد و کمبود رفتار محیط‌زیستی) را حاصل و در راستای نیل به اهداف و پیامدها به کار می‌گیرد. این نتایج که به عنوان علل به وجود آمدن پدیده محوری پژوهش یعنی واکاوی مؤلفه‌های آموزش رسانه‌ای دسته بندی و تحلیل شدند با مبانی نظری و نتایج مطالعات پیشین مانند Pourqasem و همکاران (۲۰۲۱) و (۲۰۲۱) Qaemi Menesh، همسو و همخوان است. Pourqasem و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد عدم برنامه‌ریزی سیستماتیک، جامع و متناسب با زمینه، عدم مسؤولیت‌پذیری و پاسخگویی در قبال معضلات محیط‌زیست، عدم ارتباطات سازنده بین بخشی و فرابخشی، اولویت نبودن زنان در آموزش‌های محیط‌زیستی، مشکلات مربوط به تأمین نیروی ماهر و بودجه کافی برای آموزش به‌ویژه آموزش زنان، سیاست‌ها و ساختار تشکیلاتی ناکارآمد، و حاکم نبودن دیدگاه‌های مدیریتی محیط‌زیست‌گرا سبب عدم برنامه‌ریزی و اجرای صحیح برنامه‌ها و آموزش‌های محیط‌زیستی شده است. Qaemi Menesh (۲۰۱۸) نیز نتیجه گرفت که کمبود آگاهی و در نتیجه عدم وجود فرهنگ محیط‌زیستی در یک جامعه می‌تواند بزرگ‌ترین معضل در زمینه مسائل محیط‌زیستی باشد و گرافیک محیطی به عنوان یک رسانه می‌تواند نقش بسیار مهمی در افزایش آگاهی و فرهنگ محیط‌زیستی افراد جامعه و مسئولین داشته باشد. در این راستا همچنین Sohrabi & Tadayoun (۲۰۱۷) دریافتند که توجه به بعد جهانی مسائل محیط‌زیستی از یک سو و آگاهی پیدا کردن در مورد این مسائل از سوی دیگر، تقاضا برای پاسخگویی سازمان‌ها در مورد مسائل محیط‌زیستی را افزایش داده است و ارائه افشای اطلاعات محیط‌زیستی، یک روش برای توضیح سیاست‌های مربوط به مسؤولیت سازمان برای اعمال فعالیت‌های اخلاقی، اجتماعی و محیط‌زیستی است. از عوامل مهم انگیزشی در سطح افشاگری اطلاعات محیط‌زیستی عامل حمایت دولت از این افراد، عضویت در سازمان‌های نظارتی، ترس از مجازات دولتی، امنیت شغلی، عامل مذهب، وجدان کاری، فرهنگ جامعه، توجه به آینده و دیگران، پاداش مادی، ویژگی تأهل افراد و اهمیت به کار، از مهم‌ترین عوامل موثر در مدیریت موثر محیط‌زیست از طریق رسانه و در نظرگرفتن عوامل فرهنگی است.

References

- Adhami, A., & Akbarzadeh, A. (2011). Investigating the Cultural Factors Affecting the Preservation of the Environment in Tehran (Case Study of Areas 5 and 18 of Tehran). *Sociological Studies of Youth*. 1(1): 37-62. [In Persian]
- Billington, R. (2013). *Society and Culture*. Translated by Fariba Arab Daftari, Tehran: Qatre Publishing Company. [In Persian]
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory*. Sage.
- Danaeifar, H., Elwani, M., & Azar, A. (2018). *Quantitative Research Methodology in Management: A Comprehensive Approach*, Tehran: Ishraghi Publications, Safar. [In Persian]
- Daulatabadi, H. (2008). *Environmental Culture*, Tehran: Contemporary Culture Publications. [In Persian].
- Ekhtyari, N., Eydi, H., & Shabanmoghdam, K. (2018). Determining the Model of Effective Factors on the Development of Environment Culture in Sport. *Applied Research of Sport Management*. 7(2): 57-67. [In Persian]

- Hemmati, Z., Shobeiri, S. (2015). Environmental Culture and the Factors Affecting it (Case Study: the Citizens of Shiraz City). *Journal of Iranian Cultural Research*, 8(4): 197-215. <https://doi.org/10.7508/Ijcr.2015.32.008> [In Persian]
- Lopez, B. E., Magliocca, N. R., & Crooks, A. T. (2019). Challenges and Opportunities of Social Media Data for Socio-Environmental Systems Research. *Land*, 8(7), 107.
- Mojaver Sheikhan, M., Babran, S., & Kia, A. (2020). The Role of National Media in the Development of Intercultural Communication. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 10(1): 273-292. <https://doi.org/10.30465/Ismc.2020.5598> [In Persian]
- Oakley, P. (1991). The Concept of Participation in Development. *Landscape and Urban Planning*, 20(1-3), 115-122.
- Olsson, P., Folke, C., & Berkes, F. (2004). Adaptive Comanagement for Building Resilience in Social-Ecological Systems. *Environmental Management*, 34, 75-90.
- Padash, D., Padash, A., Naderian, M., & Sultan Hosseini, M. (2011). Investigating the Environmental Effects of Sports Venues on the Urban Environment. *Environment and Development Journal*, 3: 31-36. [In Persian]
- Pourqasem, F., Ali Beigi, A., & Papzen, A. (2021). Challenges of Promoting Rural Women's Environmental Literacy: A Case Study of Kermanshah Province, *Environment and Interdisciplinary Development*, 6(73): 35-48. [In Persian]
- Qaemi Menesh, F. (2018). Environmental Graphics as a Media to Preserve the Environment, *International Conference on Recent Developments in Information Science, Engineering and Technology*. [In Persian]
- Sadeghi, H., Fathi, M. (2009). Culture, Sustainable Development and Environment, *Cultural Engineering*, 3(29 and 30): 9-20. [In Persian].
- Schumacher, I. (2015). The Endogenous Formation of an Environmental Culture. *European Economic Review*, 76, 200-221.
- Shahnooshi, M., & Abdullahi, A.S. (2016). An Analysis of the Environmental Culture of the People of Isfahan and Some Factors Affecting It. *Journal of Humanities*, 2: 15-34. [In Persian]
- Simionescu, M., Horvathova, Z., Kovshun, N., & Kushnir, N. (2020). Social Media, Sustainability, and Environmental Protection in Sustainable Education. In *E3s Web of Conferences*, 208, 09002. EDP Sciences.
- Sohrabi, R., & Tadayoun, P. (2017). The Recognition of Influencing Factors on Motivation Promoting in Environmental Information Disclosure. *Environmental Education and Sustainable Development*, 5(3), 9-21. [In Persian]
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, Ca: Sage.
- Tavakolnia, M., & Akbarian, M. (2014). Globalization, Opportunity or Threat for the Environment, *Article 5*, 2(5), 97-120. [In Persian]
- Toffler, A. (2013). *The Third Wave*, Translated by Shahindokh Khwarazmi. Tehran: Farhang Publications. [In Persian]
- Tomeh, J. (2016). *Cultural and Environmental Development*. Translated by Mahmoud Sharapour, Tehran: Ghazal (Open). [In Persian]