

# بررسی تطبیقی نحوه پوشش خبری وقایع مرتبط با محیط زیست در رسانه‌های سایبر جریان اصلی و رسانه‌های سایبر شهروندی

دکتر صدیقه بران [S.babran@yahoo.com](mailto:S.babran@yahoo.com)

استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

اسماعیل داودی [Esmaildavodi@gmail.com](mailto:Esmaildavodi@gmail.com)

دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

## چکیده

پژوهش "بررسی تطبیقی نحوه پوشش خبری وقایع مرتبط با محیط زیست در رسانه‌های سایبر جریان اصلی و رسانه‌های سایبر شهروندی" با تمرکز بر آتش‌سوزی جنگل‌های شمال، با هدف بررسی نوع پوشش رویداد آتش-سوزی جنگل‌های شمال کشور در سال ۸۹ توسط رسانه‌های شهروندی و مقایسه آن با میزان و نوع پوشش در رسانه‌های جریان اصلی با بکارگیری روش تحلیل محتوا انجام شده است. ابتدا تمامی پیام‌های مرتبط منتشر شده در خبرگزاری‌های ایرنا و مهر و وبلاگ‌های زیست محیطی به صورت تمام شماری استخراج و جمع‌آوری شدند که دلیل انتخاب رسانه‌های ایرنا و مهر داشتن دفاتر فعال شهرستان‌ها در استان‌های شمالی است؛ سپس تمامی مقوله‌های مورد نظر در پرسشنامه معکوس استخراج و کدها به عنوان داده‌های تحقیق در نرم افزار SPSS ثبت و جداول توصیفی و استنباطی و همچنین نمودارها به دست آمد. بر اساس اطلاعات به دست آمده مشخص شد که بین نوع استفاده از سبک‌های خبری و نوع رسانه (رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین نوع رسانه و گزینش ارزش‌های خبری و بین نوع رسانه و نوع قالب پوشش خبری (مصاحبه، گزارش، تحلیل، گزارش تصویری) نیز رابطه معناداری وجود دارد.

**واژه‌های کلیدی:** روزنامه‌نگاری شهروندی، روزنامه‌نگاری جریان اصلی، سبک‌های

خبری، ارزش‌های خبری، قالب‌های خبری

#### مقدمه:

تکنولوژی‌های ارتباطی هزاره سوم فرصت‌های جدیدی برای متخصصان و حامیان محیط زیست فراهم کرده است؛ اکنون دیگر لازم نیست تمامی هواداران محیط زیست به عرصه‌ها رفته و با اقدامات مختلف از تخریب محیط زیست جلوگیری کنند؛ امروزه، اینترنت به طور عام و قابلیت‌های این تکنولوژی به طور خاص، این قابلیت را برای مردم ایجاد کرده است که همچون یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای، اخبار و اطلاعات عرصه اطراف خود را منتشر و در قالب شهروندان روزنامه‌نگار از تخریب محیط زیست‌شان جلوگیری کنند.

تحقیق حاضر با تحلیل محتوای بخشی از این پیام‌های رسانه‌ای در یک دوره زمانی و مرتبط با یک موضوع خاص، این مسأله را مورد بررسی قرار داده است.

آنچه این تحقیق را از دیگر تحقیق‌های انجام شده در این زمینه مجزا می‌کند، نخست مطرح کردن روزنامه‌نگاری شهروندی و سنجش پیام‌های این مقوله نوین در روزنامه‌نگاری و دوم مقایسه آن با پیام‌های منتشر شده در رسانه‌های جریان اصلی به عنوان رسانه‌های غالب از ابتدا تاکنون است.

از طرفی دیگر، روزنامه‌نگاری محیط زیست در سال‌های اخیر، به یکی از حوزه‌هایی تبدیل شده، که خود را به یکی از پیشروهای روزنامه‌نگاری تخصصی تبدیل کرده است و در کنار رسانه‌های جریان اصلی، رسانه‌های شهروندی نیز در این زمینه فعال شده‌اند.

مطرح شدن واژه روزنامه‌نگاری شهروندی در سال ۲۰۰۰ و رسانه‌های شهروندی توسط رودریگوز در سال ۲۰۰۱، گویای عمر کوتاه این حوزه از علوم ارتباطات است، هر چند این مقوله به لحاظ تاریخی، قدمتی طولانی دارد.

از طرف دیگر، مطرح شدن مجموعه‌ای از جماعت‌های گفت‌وگویی مانند تالارها و اتاق‌های چت، رسانه‌های شخصی و همچنین جماعت‌های اطلاعاتی مانند سایت‌های فراملی و سایت‌هایی با تمرکز بر محتوای خاص، پرده‌ای دیگر از گستره عظیم علوم ارتباطات را باز کرده است که با جستجوی مباحثی چون چگونگی پوشش رویدادهای جاری در سایت‌هایی با تمرکز بر محتوای خاص و مقایسه چگونگی پوشش این رسانه‌ها با رسانه‌های جریان اصلی، بخشی از این حوزه گسترده روشن می‌شود که انگیزه اصلی این پژوهش است.

پیش از این تحقیقاتی نظیر "افکار عمومی و محیط زیست" توسط لوی و رودیگ "محیط زیست و نقش نظارت رسانه" توسط مور<sup>۲</sup>، بررسی نظرات شهروندان تهرانی در خصوص مسائل محیط زیست" توسط معاونت آموزش و برنامه‌ریزی سازمان حفاظت محیط زیست در زمینه رسانه و محیط زیست انجام شده (غریب زاده، ۱۳۸۹) اما بر اساس بررسی‌های پژوهشگر تاکنون هیچ پژوهشی در خصوص روزنامه‌نگاری شهروندی در حوزه محیط زیست حداقل در ایران انجام نشده است.

### **روزنامه‌نگاری تخصصی**

در حرکت روزنامه‌نگاری نوین کسی که در بخش خبری یک رسانه فعالیت می‌کند باید علاوه بر دانش روزنامه‌نگاری، در بخشی که می‌خواهد به صورت تخصصی فعالیت کند نیز تخصص داشته باشد؛ به عنوان نمونه کسی که می‌خواهد حوزه منابع طبیعی را در رسانه‌ای پوشش دهد باید با اصطلاحاتی چون آبخیز، فرسایش خاک، ذخیره گاه جنگلی، جنگل‌های دست کاشت و غیره آشنایی داشته باشد و بتواند مسایل مرتبط با این بخش را تحلیل کند.

بنابراین، یادگیری انجام مصاحبه و یا تنظیم گزارش، خبر، مقاله و مصاحبه برای یک روزنامه‌نگار و خبرنگار دوران حاضر کافی نیست و بعد از اینکه در این بخش تخصص پیدا کرد باید حوزه فعالیت خود را نیز مشخص کند و در آن حوزه نیز ورود پیدا کند.

دانشجویان رشته روزنامه‌نگاری در مرحله پس از آموزش تخصصی یعنی یادگیری روش‌های خبرنگاری، گزارش‌نویسی، مصاحبه، مقاله‌نویسی و هنگام کار در نشریه دانشگاه، استعداد خود را در زمینه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره محک می‌زند و در این میان مدرسان و استادان نیز با تشخیص ذوق و استعداد آنها در هر یک از موضوع‌های یاد شده، ورود آنان را به زمینه تخصصی آماده می‌سازد (قندی، ۱۳۸۷: ۴۶).

بر اساس روزنامه‌نگاری تخصصی، خبرنگاری که دوره‌های خبرنگاری، گزارش‌نویسی و غیره را طی کرده است و مثلاً استعداد خود را در زمینه اقتصادی کشف کرده است باید در کلاس‌های مربوط به علم اقتصاد شرکت و مهارت‌های لازم را در این زمینه کسب کند و با مطالعات بیش‌تر خارج از کلاس در پایان دوره دانشگاهی برای کار روزنامه‌نگاری در زمینه اقتصادی آماده شود (قندی، ۱۳۸۷: ۴۷).

### روزنامه‌نگاری محیط زیست

اهمیت محیط زیست در قرن کنونی و رسیدن به این دید که توجه به محیط زیست از پایه‌های اساسی دستیابی به توسعه پایدار است، شاخه‌ای در روزنامه‌نگاری بوجود آورده است که در قالب روزنامه‌نگاری تخصصی بصورت خاص به حوزه پوشش خبری اخبار محیط زیست می‌پردازد.

روزنامه‌نگاری محیط زیست که اکنون به شاخه قدرتمندی از روزنامه‌نگاری تبدیل شده است تعریف ویژه‌ای از فعالیت رسانه و روزنامه‌نگاران فعال در حوزه محیط زیست تبیین می‌کند.

### روزنامه‌نگاری سایر

در سطح جهان، سه نوع روزنامه‌نگاری سایبر با اتکا به تکنولوژی‌های ویژه فضای وب گسترش است که این سه نوع شامل روزنامه‌نگاری مبتنی بر حاشیه‌نگاری<sup>۴</sup> و روزنامه‌نگاری مبتنی بر منابع نامحدود و روزنامه‌نگاری فراسازگارانه می‌شود (شکرخواه، ۱۳۸۸: ۹۶).

### روزنامه‌نگاری شهروندی<sup>۵</sup>

اشلی هایفیلد<sup>۶</sup> که در اکتبر سال ۲۰۰۰ به عضویت کمیته اجرایی بی بی سی درآمد، با تاکید بر موج جدید روزنامه‌نگاری تحت عنوان روزنامه‌نگاری شهروندی، از استراتژی روزنامه‌نگاران، در رویارویی با روزنامه‌نگاری اینترنتی سخن می‌گوید. در واقع وی نیز از انتقال گفتمان قدرت از روزنامه‌های سنتی به سوی مخاطبان خبر داده است. وی معتقد است: انتظار داریم روزنامه‌نگاری شهروند، نقش فزاینده و روشنی در عرصه گزارشگری خبری بازی کند. یکی از بزرگترین تغییراتی که در گزارشگری اخبار اتفاق افتاده این است که حالا نباید همه گزارش‌ها را خبرنگاران و گزارش‌گران منتشر کنند. مخاطبان هم می‌توانند پیوسته مقالات، نظرات، تفاسیر، عکس‌ها و حتی تصاویر ویدئویی را که تهیه کرده‌اند برای ما ارسال کنند. در این زمانه بزرگ‌ترین صحنه مبارزه مربوط به حفظ دو مقوله بیطرفی و کیفیت در دنیایی است که اهالی آن همه درگیر تولید محتوا هستند. روایت دیجیتال خبر، عمومی‌ترین سرویسی است که بی‌بی‌سی در مورد توسعه آن بسیار حساس و پیگیر است. این آینده‌ای محتوم است چرا که دریافته‌ایم یکی از گرایش‌های کلیدی اجتماعی در یک جامعه لایه لایه، خواست مردم برای درگیری و مشارکت بیشتر در ساز و کارهای رسانه‌ای است. این جایگزینی است برای صنوف و نهادهایی (نهادهای مدنی) که در دنیای واقعی سراغ داریم (stateofthenewsmedia.org).

### نمونه‌ای از روزنامه‌نگاری شهروندی

---

Margin-based journalism-1

Citizen journalism-2

Ashley Highfield-3

نیمه ژانویه سال ۲۰۰۹، پرواز ۱۵۴۹ خطوط هوایی ایالات متحده از فرودگاه "لاگاردیای نیویورک"<sup>۱۷</sup> برخاست و تنها دو دقیقه بعد دچار سانحه شد. ده دقیقه پس از اینکه هواپیما فرودگاه را ترک کرد و هشت دقیقه پس از انفجار موتور و فرود اضطراری، تصویری از هواپیمای شناور بر روی رودخانه خودسون در پایگاه اینترنتی تویت پیک منتشر شد ([www.twitpic.com](http://www.twitpic.com)). یکی از کاربران این سایت که سوار یکی از قایق‌های نجات بود با گوشی تلفن همراه خود، عکسی را به این سایت ارسال کرده بود. نیویورک تایمز<sup>۱</sup> دوازده دقیقه بعد خبر را در سایت خود آورد و ساعت چهار بعد از ظهر نیز در صفحه اول خود تصویری که از کشتی‌هایی را که برای نجات دور هواپیما حلقه زده بودند، قرارداد و دقایقی بعد نیز شبکه‌های تلویزیونی آمریکا خبر را پوشش دادند.

بخش قابل توجهی از پوشش خبری این سقوط، توسط کسانی انجام شد که روزنامه‌نگار حرفه‌ای نبودند. نخستین تصاویر ارسالی را شهروندانی گرفتند که شاهد این حادثه بودند. سایت نیویورک تایمز و لس‌آنجلس تایمز<sup>۸</sup> عکس گرفته شده توسط جانیس کرومز<sup>۳</sup> همان کاربر سایت تویت پیک را استفاده کرد (الوندی، ۱۳۸۸: ۱۲).

### تعریف رسانه‌های شهروندی

بر اساس تعریف دانشنامه بین‌المللی ارتباطات، رسانه‌های شهروندی عبارتی است که در مقاله‌های علمی ارتباطات و رسانه‌ها برای ارجاع به رسانه‌های الکترونیکی نظیر رادیو و تلویزیون و فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی نظیر پیام کوتاه، تلفن همراه و اینترنت، استفاده می‌شود، که این ابزار توسط شهروندان و گروه‌هایی که به دنبال تامین اطلاعات و ارتباطات خودشان هستند، کنترل و استفاده می‌شوند (همان: ۲۳).

این عبارت به عنوان یک واژه علمی به خانواده بزرگی از مفاهیم تعلق دارد؛ مفاهیمی نظیر رسانه‌های جماعتی، رسانه‌های جایگزین، رسانه‌های خودگردان، رسانه‌های مشارکتی و رسانه‌های رادیکال. اگر چه همه این واژه‌ها کم و بیش بر واقعیت مشابهی از رسانه‌های تحت کنترل شهروندان و گروه‌ها تعلق دارند، اما هر کدام از آنها در چارچوب مفهومی متفاوتی ظهور یافته‌اند. برای نمونه اصطلاح رسانه‌های جایگزین به توانایی بالقوه این رسانه‌ها در تغییر دادن دنیای پیرامون‌شان اشاره می‌کند. همچنین تفاوت‌های میان رسانه‌های مشارکتی و فراگیر و رسانه‌های تجاری را برجسته می‌کند؛ اصطلاح «رسانه‌های خودگردان» به نبود سودجویی مادی و سیاسی در میان راه‌اندازان این رسانه‌ها باز می‌گردد. رسانه‌های جماعتی به طبیعت گروه-محور این رسانه‌ها و ارتباط آنها با نظریه‌های مربوط به جامعه‌سازی می‌پردازد. اصطلاح رسانه‌های مشارکتی نیز تاکید دارد که این رسانه‌ها به طور معمول به روی هر کسی در اجتماع که می‌خواهد رادیو، تلویزیون و یا هر محصول رسانه‌ای مخصوص خودش را داشته باشد، گشوده هستند. درنهایت، رسانه رادیکال تاکید خود را بر روی تشویق گفت‌وگوها، رفتارها و سیاست‌های مقاومت در برابر یک قدرت حاکم قرار می‌دهد (Deuze, 1999).

نمونه‌های پوشش خبری از این دست توسط مردم عادی و شهروندان در سال‌های اخیر، سرعت بیشتری گرفته و این مساله را می‌توان بویژه در رویدادهایی که کمتر به رسانه‌های جریان اصلی به دلیل وجود مباحثی چون سانسور و خودسانسوری وجود دارد در گستره بیشتر و وسیع‌تری مشاهده کرد.

آغاز روزنامه‌نگاری اینترنتی را برخی پایان روزنامه‌های سنتی و «مرگ واژه‌های مکتوب» نامیدند. اما این ایده‌ای جسارت‌آمیز و بلند پروازانه بود، چرا که علیرغم گذشت دو دهه از آغاز روزنامه‌نگاری اینترنتی و الکترونیکی، روزنامه‌های چاپی و روزنامه‌نگاران سنتی نه تنها عقب‌نشستند، بلکه به کار خود ادامه می‌دهند. پس از این، روزنامه‌نگاران اینترنتی واقع بین‌تر شدند و دامنه و حدود فعالیت و تأثیرگذاری خود را دقیق‌تر ترسیم کردند.

روزنامه‌نگاری شهروندی عنوانی است که پس از این مرحله مطرح شد. این دیدگاه نوعی نگاه نقادانه به روزنامه‌نگاری حرفه‌ای را مطرح می‌کند.

این که دامنه تولیدکنندگان خبر و اطلاعات به یک گروه خاص و حرفه‌ای محدود شود و آنان با دروازه‌بانی خود به گزینش، نشر و پخش اخبار پردازند مورد اعتراض روزنامه‌نگاری شهروندی است.

یک‌سویه بودن جریان اخبار و اطلاعات از الیگارش‌ی نخبگان حرفه‌ای به توده مردم با انتقاد نسل جدید روزنامه‌نگاری روبه‌روست، الگوی جانشین از این دیدگاه روزنامه‌نگاری تعاملی و دو‌سویه است جایی که مخاطبان، منفعل و مصرف‌کننده صرف پیام‌های رسانه‌ها نباشند، بلکه خود نیز در فرایند تولید اخبار و اطلاعات و مهم‌تر از آن نقد و ارزیابی اخبار رسمی فعال شوند. روزنامه‌نگاری شهروندی معتقد است رسانه‌های قدیمی و روزنامه‌نگاران سنتی دارای تعصب‌های سیاسی‌اند و بر همین اساس بسیاری از اخبار و وقایع مهم را نادیده می‌گیرند، وارونه جلوه می‌دهند از این منظر روزنامه‌نگاران سنتی ارتباط خود را با دغدغه‌ها و نگرانی‌های مردم عادی و شهروندان از دست داده و ناقلان غیرفعال و بی‌چون و چرای پیام‌های رسمی هستند.

به همین دلیل روزنامه‌نگاری شهروندی در کنار اخبار عمومی که روزنامه‌های سنتی پوشش می‌دهند به اخبار و موضوعاتی می‌پردازند که روزنامه‌نگاران و روزنامه‌های سنتی پوشش نمی‌دهند، نمی‌توانند پوشش دهند یا نمی‌خواهند پوشش دهند.

از نگاه روزنامه‌نگاری شهروندی به مردمی که پیش از این به عنوان «مخاطب» شناخته می‌شدند و فقط طرف خطاب و گوش شنوا بودند باید قدرت انتخاب سوژه و موضوع داده شود؛ قدرتی که در روزنامه‌های سنتی تنها در اختیار دبیران و سردبیران است.

روزنامه‌نگاری شهروندی همچنین با دامن‌زدن به تنوع و تکثر پیام و رسانه شورشی علیه رسانه‌های بزرگ و غول‌پیکر و نیز دولت‌ها و قدرت‌های فراگیر و اقتدارگرا است، هر کسی



روزنامه خود را دارد، هیچ خبری مخفی نمی‌ماند و ممیزی و سانسور در کمترین موارد ممکن قابل اعمال است.

به‌طور کلی روزنامه‌نگاری شهروندی، انحصار زدایی از دسترسی تولید و نشر اطلاعات و اخبار را هدف خود قرار داده است و تلاش دارد نشان دهد شهروندان عادی بدون دخالت قدرت‌های حرفه‌ای و تکنوکراتیک سیاسی و اقتصادی قادرند در مورد زندگی عمومی اطلاعات به دست آورند.

اهمیت رسانه‌هایی که شهروندان در آن می‌نویسند روز به روز افزایش می‌یابد و این رسانه‌های تاثیر بیشتر و عمیق‌تری پیدا می‌کنند. در آذرماه سال ۱۳۸۷ تروریست‌ها در بمبئی هند، یک سلسله اقدام‌های تروریستی را سامان دادند.

۱۰ ساختمان در این کشور از جمله هتل مهم این شهر هدف این حملات قرار گرفت. در حالی که موج نخست خبر در دنیا پیچیده بود و همه منتظر اخبار کاملتری از اقدامات پلیس هند بودند مسیر اخبار از رسانه‌های جریان اصلی به سوی رسانه‌های جدید و شهروندانی که در همسایگی رویداد بودند تغییر کرد.

همچنین در جنگ، جایی که سانسور بیش از همیشه رواج و رسمیت می‌یابد، اهمیت رسانه‌های شهروندی در چرخه تولید خبر بیش از پیش آشکار می‌شود.

اشغال عراق توسط ایالات متحده یکی از جنگ‌هایی بود که آغاز آن با دوره اوج رسانه‌های شهروندی همزمان شد. هنگام آغاز حمله، در حالی که رسانه‌های بزرگ جهان به درون عراق دسترسی نداشتند، سلام الجنابی<sup>۹</sup> وبلاگ نویس عراقی، به سبب پوشش فوق‌العاده رویدادهای داخلی عراق و گزارش لحظه به لحظه حمله به این کشور بر روی وبلاگش، مورد توجه جهانیان قرار گرفت. هم رسانه‌ها و هم مخاطبان آنها، وبلاگ او را با سلام پکس<sup>۱۰</sup> دنبال

می‌کردند؛ با سقوط بغداد او به رسانه‌های جریان اصلی نیز راه یافت و ستون نویس و گزارش نویس روزنامه گاردین شد. او تا زمانی که جریان برق در بغداد قطع نشده بود و به اینترنت دسترسی داشت سلام پکس را اداهم داد؛ ایده اولیه وبلاگ سلام پکس این بود که دوستان الجنبی در خارج از عراق از اوضاع باخبر شوند؛ او نوشتن را با انتقاد از دولت صدام و پس از آن روایت حمله و بمباران‌ها آغاز کرد و اکنون با انتقاد از وضعیت عراق اشغال شده و وضعیت نابسامان اقتصادی سیاسی آن این مسیر را ادامه می‌دهد (الوندی، ۱۳۸۸: ۱۴).

دورنمای جهانی، رفتارهای همزمان مردم در شرایطی را پیش می‌کند که در حوادث غیرعادی روی می‌دهد و نقش آنها در چنین رویدادهایی را به عنوان یک شهروند خبرنگار بررسی می‌کند.

در بسیاری از پژوهش‌های این حوزه، روزنامه نگاری شهروندی در مردم کشورهای مختلف مثل آمریکا، انگلیس، اروپا و استرالیا در کنار توسعه آن در بخش‌های ملی کشورهای مثل عراق، ایران، هند، چین، فلسطین، کره جنوبی، ویتنام، کنیا و برزیل یا حتی قاره جنوبگان بررسی شده است که بخشی از هدف این بررسی‌ها این است که شهروندان روزنامه‌نگار را به بخش "گزارشگری در شرایط بحران" تقسیم کنند و مدل‌های جدید گفتمان و بحث در مورد چگونگی گسترش آن در آینده را مورد ارزیابی قرار دهند: Allan and Thorsen, 2009. (35).

### جامعه آماری و برآورد حجم نمونه

این پژوهش از طرفی رسانه‌های سایبرجریان اصلی و از طرف دیگر رسانه‌های شهروندی سایبر را مورد مطالعه قرار می‌دهد. بخش نخست شامل تمام خبرگزاری‌هایی (آژانس‌های خبری) است که در ایران مجوز فعالیت اخذ کرده‌اند و بخش دوم نیز شامل تمامی سایت‌ها و وبلاگ‌های روزنامه‌نگاران شهروندی است که در حوزه‌ی محیط زیست فعالیت می‌کنند. با توجه به موضوع پژوهش و شرایط موجود این بخش در ایران، دو خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) و مهر (بعنوان نمونه‌های رسانه‌های

جریان اصلی) و تمامی وبلاگ‌ها و سایت‌های شهروندی فعال در حوزه محیط زیست (بعنوان نمونه‌های رسانه‌های شهروندی) انتخاب شدند و به صورت تمام شماری، تمامی پیام‌های مرتبط با رویداد آتش سوزی جنگل‌های شمال مورد بررسی قرار گرفت.

خبرگزاری‌های ایرنا و مهر بدلیل در دسترس بودن و از طرفی به دلیل آنکه در نظر بود دولتی‌ترین خبرگزاری و معتقدترین خبرگزاری فعال این دوره زمانی انتخاب شوند، مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین از طرف دیگر، ابتدا در نظر بود دو وبلاگی که در حوزه آتش سوزی جنگل‌ها پوشش زیادی داشتند انتخاب شوند که بعد از وارد شدن به فعالیت‌های عملیاتی و مشاهده محدود بودن انتشار وبلاگ‌ها در این زمینه، سعی بر آن شد تا با استفاده از لیست وبلاگ‌های زیست محیطی تمامی وبلاگ‌ها بازدید شوند و تمامی اخبار و پیام‌هایی که در این وبلاگ‌ها منتشر شده است انتخاب و مورد تحلیل قرار گیرد.

### روش تحقیق:

برای مقایسه پوشش‌های خبری رسانه‌های سایر شهروندی و رسانه‌های سایر جریان اصلی (با تاکید بر پوشش خبری رویدادهای مرتبط با آتش سوزی جنگل‌های شمال) با استفاده از روش تحلیل محتوا به اخبار و تحلیل‌های آنها رجوع کرده‌ایم.

مراحل کار به این صورت دنبال شد که ابتدا تمامی پیام‌های مورد نظر منتشر شده در خبرگزاری‌های جمهوری اسلامی (ایرنا)، خبرگزاری مهر و وبلاگ‌های زیست محیطی که پیام‌هایی در ارتباط با آتش سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور - در شش ماهه دوم سال ۸۹ فعالیت رسانه‌ای داشته‌اند به صورت تمام شماری استخراج و جمع‌آوری شدند؛ سپس تمامی مقوله‌ها و زیرمقوله‌های مورد نظر در پرسشنامه معکوس از پیام‌های منتشر شده استخراج و در جدول استخراج کدها ثبت شد. در گام بعدی کدها به عنوان داده‌های تحقیق در نرم‌افزار SPSS ثبت شد و از طریق این نرم‌افزار، جداول توصیفی و استنباطی و همچنین نمودارها به دست آمد.

### سوالات تحقیق:

در این پژوهش، در کل به این موضوع پرداخته شده که چه ویژگی‌هایی رسانه‌های شهروندی را از رسانه‌های جریان اصلی در خصوص پوشش رسانه‌ای آتش‌سوزی جنگل‌های شمال متمایز می‌کند؟ و در کنار این سوال اصلی، سه سوال فرعی نیز مطرح شده است که شامل موارد زیر می‌باشد:

سوال نخست: رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی بیشتر از چه سبک‌های خبری استفاده می‌کنند؟

سوال دوم: ارزش‌های مورد توجه رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی کدام یک از ارزش‌های خبری است؟

سوال سوم: رسانه‌های شهروندی و رسانه‌های جریان اصلی هر کدام بیشتر از چه قالب‌هایی در پوشش خبری خود استفاده می‌کنند؟

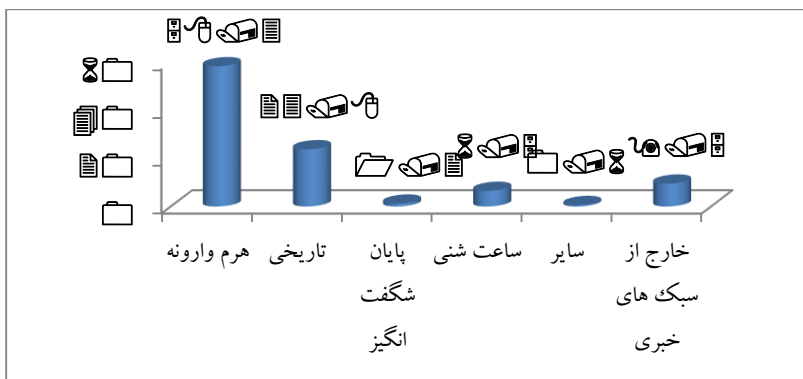
### تجزیه و تحلیل یافته‌ها:

نتایج حاصل از بررسی ۱۹۴ پیام منتشر شده در رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی (۵۵/۷ درصد پیام‌ها مربوط به خبرگزاری مهر، ۳۰/۹ درصد پیام‌ها مربوط به خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) و ۱۳/۴ درصد پیام‌ها نیز مربوط به وبلاگ‌ها) به شرح زیر است:

سوال نخست: رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی بیشتر از چه سبک‌های خبری استفاده می‌کنند؟

نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که ۵۸/۳ درصد پیام‌های خبرگزاری‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور به سبک هرم وارونه تنظیم شده است، همچنین ۲۳/۸ درصد پیام‌ها به سبک تاریخی، ۹/۵ درصد خارج از سبک‌های خبری، ۶/۵ درصد به سبک

ساعت شنی، ۱/۲ درصد به سبک پایان شگفت‌انگیز و ۰/۶ درصد پیام‌ها به سایر سبک‌ها تنظیم شده است.

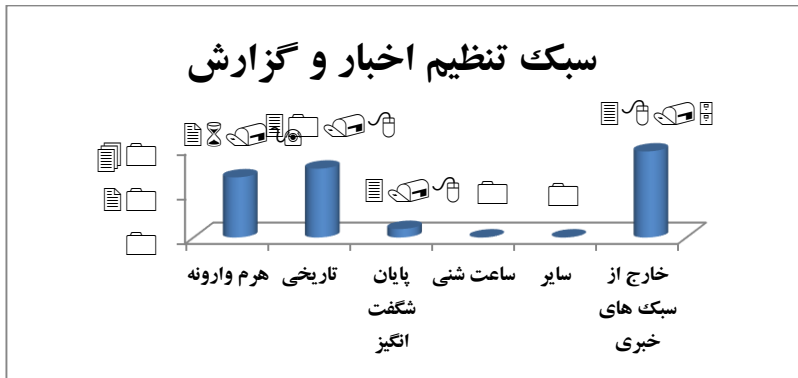


نمودار ۱: توزیع در صدی پیام‌های خبرگزاری‌ها بر حسب سبک تنظیم اخبار و

### گزارش

همچنین با توجه به آنکه وبلاگ‌ها غالباً توسط شهروندان نوشته می‌شود نه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، همچنان که تصور می‌شد ۳۸/۵ درصد پیام‌های وبلاگ‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور، خارج از سبک‌های خبری تنظیم شده است، در ادامه ۳۰/۸ درصد

پیام‌ها به سبک تاریخی، ۲۶/۹ درصد به سبک هرم وارونه و ۳/۸ درصد پیام‌ها نیز به سبک پایان شگفت‌انگیز تنظیم شده است.



نمودار ۲: توزیع درصدی پیام‌های وبلاگ‌ها بر حسب سبک تنظیم اخبار و گزارش

فرضیه نخست مبنی بر این بود که به نظر می‌رسد بین نوع استفاده از سبک‌های خبری و نوع رسانه (رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی) ارتباط معناداری وجود دارد که برای آزمون این فرضیه ضمن رسم جدول دو بعدی جهت بررسی رابطه بین متغی‌ها از آزمون خی‌دو و آزمون معناداری همبستگی کرامر استفاده شد.

#### جدول ۱: نتایج آزمون خی‌دو جهت بررسی رابطه بین نوع استفاده از سبک‌های خبری و نوع

رسانه (رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی)

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر
آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر

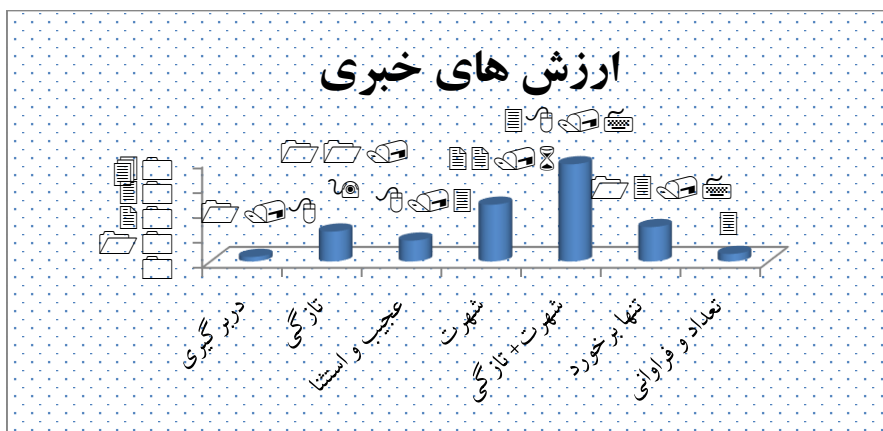
بررسی تطبیقی نحوه پوشش خبری وقایع مرتبط با محیط زیست // ۵۷

۰/۳۳۳	۰/۰۰۱	۵	۲۱/۴۹۷	خشی دو
-------	-------	---	--------	-----------

بر اساس این نتایج، میزان آمار خشی دو برابر ۲۱/۴۹۷ و درجه آزادی آن برابر ۵ با سطح معناداری ۰/۰۰۱ است. چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۱ کمتر است لذا فرضیه اول با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا تأیید می گردد؛ بنابراین بین نوع استفاده از سبک‌های خبری و نوع رسانه (رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر ۰/۳۳۳ است. این میزان ضریب همبستگی بیان‌کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر نوع استفاده از سبک‌های خبری و نوع رسانه (رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی) است.

سوال دوم: ارزش‌های مورد توجه رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی کدام یک از ارزش‌های خبری است؟

در این بخش نتایج حاکی از آن است که ۳۸/۷ درصد پیام‌های خبرگزاری‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور، توآمان دارای ارزش‌های خبری شهرت و تازگی بوده است، در مرتبه دوم ۱۳/۷ درصد پیام‌ها دارای ارزش شهرت، و در مراتب بعدی ۱۳/۷ درصد پیام‌ها تنها دارای ارزش برخوردار؛ ۱۱/۹ درصد دارای ارزش تازگی، ۸/۳ درصد دارای ارزش عجیب و استثناء ۳ درصد دارای ارزش تعداد و فراوانی و ۱/۸ درصد پیام‌ها دارای ارزش دربرگیری بوده است.

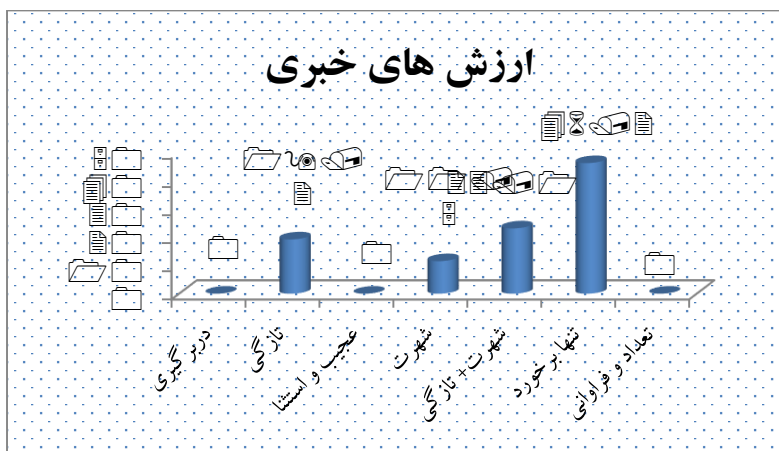


نمودار ۳: توزیع درصدی پیام‌های خبرگزاری‌ها بر حسب ارزش‌های خبری

همین‌طور ۴۶/۲ درصد پیام‌های وبلاگ‌ها در آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور، تنها دارای ارزش خبری برخوردار بوده، در مرتبه دوم ۲۳/۱ درصد پیام‌ها توانمند دارای ارزش‌های خبری شهرت و تازگی بوده است، و در مراتب بعدی ۱۹/۲ درصد پیام‌ها دارای ارزش تازگی و ۱۱/۵ درصد دارای ارزش شهرت بوده است.

همچنان‌که نتایج نشان می‌دهد در وبلاگ‌ها ارزش خبری برخوردار در اولویت بوده است و پس از آن ارزش‌های خبری شهرت و تازگی در اولویت‌های بعدی قرار دارند. در صورتی‌که در خبرگزاری‌ها در درجه اول ارزش خبری شهرت و تازگی در اولویت است و پس از آن در مراتب بعدی ارزش‌های خبری برخوردار، عجیب و استثنای، تعداد فراوانی و دربرگیری حایز اهمیت بوده است.





نمودار ۴: توزیع درصدی پیام‌های وبلاگ‌ها بر حسب ارزش‌های خبری

فرضیه دوم این پژوهش به این امر می‌پردازد که به نظر می‌رسد بین نوع رسانه و گزینش، ارزش‌های خبری در خصوص پوشش رسانه‌ای آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور رابطه معناداری وجود دارد. برای آزمون این فرضیه جهت بررسی رابطه بین متغی‌ها از آزمون خی دو و آزمون معناداری همبستگی کرامر استفاده شده است.

#### جدول ۲: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین نوع رسانه و گزینش ارزش‌های خبری

در خصوص پوشش رسانه‌ای آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور

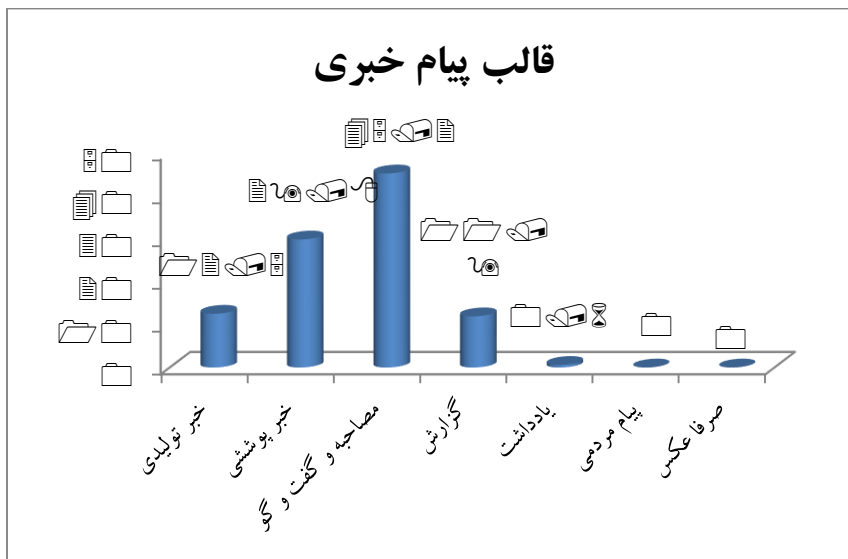
آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر
خی دو	۲۰/۳۰۳	۶	۰/۰۰۲	۰/۳۲۴

میزان آمار خبی دو برابر ۲۰/۳۰۳ و درجه آزادی آن برابر ۶ با سطح معناداری ۰/۰۰۲ است. چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۱ کمتر است لذا فرضیه دوم با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا تأیید می‌گردد؛ بنابراین بین نوع رسانه و گزینش ارزشهای خبری در خصوص پوشش رسانه‌ای آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر ۰/۳۲۴ است. این میزان ضریب همبستگی بیان‌کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر نوع رسانه و گزینش ارزشهای خبری در خصوص پوشش رسانه‌ای آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور است.

سوال سوم: رسانه‌های شهروندی و رسانه‌های جریان اصلی هر کدام بیشتر از چه قالب‌هایی در پوشش خبری خود استفاده می‌کنند؟

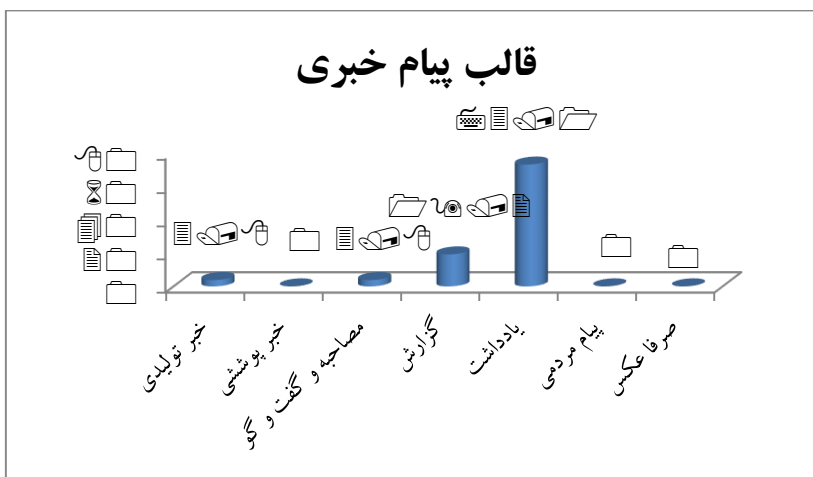
در این زمینه فرضیه‌ای مطرح شد که بر اساس آن "به نظر می‌رسد بین نوع رسانه (جریان اصلی و شهروندی) و نوع قالب پوشش خبری (مصاحبه، گزارش، تحلیل، گزارش تصویری) رابطه معناداری وجود دارد".

در این بخش نتایج نشان می‌دهد که ۴۵/۲ درصد پیام‌های خبرگزاری‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور در قالب مصاحبه و گفت‌وگو در مرتبه اول، در مرتبه دوم ۲۹/۸ درصد پیام‌ها خبر پوششی بوده است و در مراتب بعدی ۱۲/۵ درصد خبر تولیدی و ۱۱/۹ درصد پیام‌ها در قالب گزارش تنظیم شده است.



#### نمودار ۵: توزیع درصدی پیام‌های خبرگزاری‌ها بر حسب قالب مطلب

نتایج نشان می‌دهد که ۷۳/۱ درصد پیام‌های وبلاگ‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور، در مرتبه اول به قالب یادداشت تنظیم شده، در مرتبه دوم ۱۹/۲ درصد پیام‌ها به سبک گزارش و در مراتب بعدی ۳/۸ درصد پیام‌ها خبر تولیدی و ۳/۸ درصد پیام‌ها نیز در قالب مصاحبه و گفت‌وگو تنظیم شده است.



نمودار ۶: توزیع درصدی پیام‌های وبلاگ‌ها بر حسب قالب مطلب

فرضیه سوم این پژوهش به این امر می‌پردازد که به نظر می‌رسد بین نوع رسانه و قالب‌های خبری در خصوص پوشش رسانه‌ای آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال کشور، رابطه معناداری وجود دارد. برای آزمون این فرضیه جهت بررسی رابطه بین متغیرها از آزمون خی دو و آزمون معناداری همبستگی کرامر استفاده شده است.

**جدول ۳: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین نوع رسانه (جریان اصلی و شهروندی) و نوع قالب پوشش خبری (مصاحبه، گزارش، تحلیل، گزارش تصویری)**

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر
آزمون خی دو	۱,۳۴۸	۴	۰,۰۰۰	۰/۸۳۳

بر اساس نتایج بدست آمده از این جدول، میزان آماره‌خ‌ی دو برابر ۱,۳۴۸ و درجه آزادی آن برابر ۴ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۱ کمتر است، لذا فرضیه چهارم با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا تأیید می‌گردد؛ بنابراین بین نوع رسانه (جریان اصلی و شهروندی) و نوع قالب پوشش خبری (مصاحبه، گزارش، تحلیل، گزارش تصویری) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر ۰/۸۳۳ است. این میزان ضریب همبستگی بیان‌کننده ارتباط قوی بین دو متغیر نوع رسانه (جریان اصلی و شهروندی) و نوع قالب پوشش خبری (مصاحبه، گزارش، تحلیل، گزارش تصویری) است.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

بدین ترتیب می‌توان در یک جمع‌بندی و نتیجه‌گیری کلی از یافته‌های تحقیق چنین اظهار داشت که:

۱ - وبلاگ‌ها (رسانه‌های سایبر شهروندی) پوشش بیشتری از نظر حجم اطلاعات بر اساس تعداد کلمات در زمینه وقایع مرتبط با آتش‌سوزی جنگل‌های شمال نسبت به خبرگزاری‌ها (رسانه‌های سایبر جریان اصلی) ارائه داده‌اند. غالب پیام‌های خبرگزاری‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال به سبک هرم وارونه تنظیم شده است اما با توجه به آنکه وبلاگ‌ها غالباً توسط شهروندان نوشته می‌شوند نه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، همچنان که تصور می‌شد بیشتر پیام‌های وبلاگ‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال، خارج از سبک‌های خبری تنظیم شده است.

۲ - همچنین نتایج نشان داد که در وبلاگ‌ها ارزش خبری برخورد در اولویت بوده و پس از آن ارزش‌های خبری شهرت و تازگی در اولویت‌های بعدی قرار داشتند؛ در صورتی که در خبرگزاری‌ها در درجه نخست ارزش خبری شهرت و تازگی در اولویت است و پس از آن در مراتب بعدی ارزش‌های خبری برخورد، عجیب و استثنای، تعداد و فراوانی و دربرگیری حایز اهمیت بوده است و ارزش خبری شهرت در پیام‌های خبرگزاری‌ها بسیار با اهمیت بوده در

حالی که در وبلاگ‌ها این ارزش خبری اهمیت کمتری نسبت به ارزش‌های خبری دیگر داشته است.

۳ - نتایج حاکی از آن است که ۴۵/۲ درصد پیام‌های خبرگزاری‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال، در قالب مصاحبه و گفت‌وگو، در مرتبه دوم ۲۹/۸ درصد پیام‌ها خبر پوششی بوده است و در مراتب بعدی ۱۲/۵ درصد خبر تولیدی و ۱۱/۹ درصد پیام‌ها در قالب گزارش تنظیم شده است و در زمینه قالب پیام خبری در رسانه‌های سایر شهروندی (وبلاگ‌ها) کاملاً متفاوت از رسانه‌های سایر جریان اصلی (خبرگزاری‌ها) است؛ چنانکه پیام‌ها در خبرگزاری‌ها بیشتر مصاحبه و گفت‌وگو بوده در حالی که در وبلاگ‌ها بیشتر پیام‌ها در زمینه آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال، در قالب یادداشت تنظیم شده است.

بر طبق نتایج و آزمون فرضیه‌ها مشخص شد که بین نوع استفاده از سبک‌های خبری و نوع رسانه (رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های شهروندی) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین نوع رسانه و گزینش ارزشهای خبری در خصوص پوشش رسانه‌ای آتش‌سوزی‌های جنگل‌های شمال و بین نوع رسانه (جریان اصلی و شهروندی) و نوع قالب پوشش خبری (مصاحبه، گزارش، تحلیل، گزارش تصویری) نیز رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس نتایج بدست آمده از این پژوهش می‌توان اظهار داشت رسانه‌های سایر جریان اصلی و رسانه‌های سایر شهروندی دو مسیر هم‌جهت را به اشکال گوناگون طی می‌کنند؛ با این تفاوت که همانطور که از نظر شکلی مسیر خود را از رسانه‌های جریان اصلی متفاوت کرده‌اند از نظر محتوایی نیز از دریچه ویژه خود به مسایل مختلف نگاه می‌کنند؛ کسانی که به دنبال پیشرفت‌های تکنولوژیکی خود را به حوزه‌های مختلف خبری نظیر حوزه محیط زیست نزدیک کرده‌اند و در لباس یک شهروند روزنامه‌نگار رسالت یک خبرنگار و روزنامه‌نگار حرفه‌ای را به دوش گرفته‌اند غالباً از هواداران و فعالان اجتماعی این حوزه‌ها هستند و فعالیت رسانه ایشان نیز منوط به این نگاه آنان است.

دستگاه‌های اجرایی مرتبط با این بخش به عنوان نمونه سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور و سازمان حفاظت از محیط زیست از یک طرف و رسانه‌های فعال در این حوزه در طرف دیگر می‌توانند بجای رد کردن حرکتی بنام "روزنامه‌نگاری شهروندی" آن را باور کرده و در رسیدن به اهداف و عمل کردن به وظایف خود توانایی آنها را بکار گیرند.

در این زمینه پیشنهاد می‌شود دستگاه‌های فعال در بخش حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست، با اطلاع‌رسانی در مورد روزنامه‌نگاری شهروندی از طریق رسانه‌های جمعی توجه مردم را به مشارکت در تولید اطلاعات در این حوزه جلب کنند و همچنین به خبرنگاران رسانه‌های جریان اصلی پیشنهاد می‌شود در سوژه‌یابی‌های خود به رسانه‌های شهروندی توجه کنند تا بتوانند از این طریق به مسائل مورد توجه افکار عمومی پی ببرند.

البته خارج از مسائل مربوط به حوزه تحقیق این پژوهش، روزنامه‌نگاری محیط زیست، به جرأت می‌توان گفت "رسانه‌های شهروندی" در حوزه علوم ارتباطات مقوله‌ای است که کمتر به آن توجه شده و می‌تواند سهم ویژه‌ای در پژوهش‌های بعدی در بسترهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره به خود اختصاص دهد.

## فهرست منابع

### —فارسی—

—الوندی، پدram. (۱۳۸۸). *روزنامه‌نگاری شهروندی*. چاپ اول. تهران: انتشارات

همشهری.

- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۸). روزنامه‌نگاری سایبر، جامعه اطلاعاتی و آزادی بیان. چاپ دوم. تهران: انتشارات ثانیه.

- غریب زاده، زینب. (۱۳۸۹). نقش تلویزیون در ارتقای فرهنگی زیست محیطی مردم. پایان‌نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

- قندی، حسین. (۱۳۸۷). روزنامه‌نگاری تخصصی. چاپ دوم. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

- لاتین

Allan. S. & Thorsen. E. (2009). '**Citizen Journalism: Global Perspectives**' Petter lang publishing. pp. 35.  
Deuze, M.(1999).'**Journalism and the Web: An Analysis of - skills and Standards in an online environment**', Gazette, volume 61, number 5, pp.373-390.  
<http://www.stateofthenewsmedia.org/index.asp>-  
[www.twitpic.com](http://www.twitpic.com)-