

## واکاوی معنایی واکنش شهروندان نسبت به اطلاعات

### زیست‌محیطی رسانه ملی

#### (با تأکید بر اطلاع‌رسانی مسائل آب بازیافتی)

مهشید طالبی صومعه‌سرایي ✉، دکتر محمود شهابی\*، علی عنایتی شبکلانی\*\*

#### چکیده

اطلاع‌رسانی رسانه، از راه‌های تغییر رفتار زیست‌محیطی است که در صورت وجود تعامل مناسب میان رسانه و مخاطب، واکنش‌های غیرمنتظره در رفتار شهروندان را کاهش می‌دهد و کنشی به نسبت قابل پیش‌بینی را در سیاست‌گذاران، جامعه موجب می‌شود. این تعامل در مسائل غیرمتعارفی همچون استفاده از آب بازیافتی حساسیت و اهمیت بیشتری دارد. پژوهش حاضر با هدف واکاوی معنایی در واکنش شهروندان نسبت به این مسئله، با روش نظریه زمینه‌ای انجام شده است. در روش نمونه‌گیری با حداکثر تنوع با ۲۳ نفر از افراد مصاحبه شد و داده‌ها در قالب ۱۰۷ مفهوم، ۳۹ مقوله محوری و یک مقوله هسته کدگذاری شدند. نتایج نشان داد که افراد «بی‌اعتمادی نهادی» را زمینه‌پذیرفتن اخبار رسانه در نظر می‌گرفتند و «مخاطره ادراکی» و «درک قدرت منفعت‌طلب» از شرایط علی مهم تلقی می‌شد. در این پژوهش، مقوله هسته «استحاله اعتبار خبر رسمی و پذیرش ریسک هدفمند شایعه» است.

کلید واژه‌ها: آب بازیافتی، جامعه‌شناسی محیط‌زیست، رسانه ملی، اعتماد نهادی

---

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه علامه طباطبایی

Email: mahshid.talebi63@gmail.com

\* دکترای جامعه‌شناسی، استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

\*\* دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

تاریخ دریافت: ۹۴/۶/۵ تجدید نظر: ۹۴/۷/۶ پذیرش نهایی: ۹۴/۸/۲۳

## مقدمه

طرح انتقال پساب تهران به دشت ورامین و استفاده از آب بازیافتی برای آبیاری مزارع جنوب شهر تهران، به دلیل ارتباط با کشاورزان و مصرف‌کنندگان محصولات کشاورزی، دارای ابعاد اجتماعی نیز هست. در حقیقت، با توجه به وسعت این طرح و تأثیراتی که بر بسیاری از ابعاد زندگی شهروندان تهرانی خواهد گذاشت، اهمیت بررسی‌های جنبه اجتماعی این طرح مهندسی و کشاورزی، بیش از پیش روشن می‌شود. بر این اساس، هنگام استفاده از فاضلاب تصفیه شده برای صنعت کشاورزی، آگاهی‌دهی به مصرف‌کننده از اهمیت بالایی برخوردار است. در ارتباطات چیزی مهم‌تر از کسب اعتماد مخاطبان و ایجاد اعتماد به رسانه‌ها نیست (هاشم‌زهی و مهدوی، ۱۳۹۱، ص ۱۷۸). نبود اخبار موثق و یا فقدان اعتماد به اخبار رسانه ملی در این موضوع، باعث گرایش افراد به سمت شایعات می‌شود. با توجه به ادراک روانی افراد از پساب، به عنوان آبی نجس، لجن و پرمخاطره (صالحی و طالبی صومعه‌سرایبی، ۱۳۹۳)، بی‌تردید شایعات در این مسیر می‌تواند فرایند بازیافت آب را با مشکل مواجه سازد و به این ترتیب، در این زمینه، آخرین حلقه‌های مربوط؛ یعنی کشاورز و شهروند بیشترین آسیب را متحمل می‌شوند. اهمیت احساس امنیت روانی در یک جامعه به اندازه‌ای است که حتی بعضی از کارشناسان، آن را مهم‌تر از وجود امنیت کلی می‌دانند. چون ممکن است که در جامعه‌ای امنیت به لحاظ انتظامی و پلیسی وجود داشته باشد ولی فرد احساس امنیت نکند (ربانی، ۱۳۸۵، ص ۲۱۱).

رسانه از جمله نهادهایی است که دانش و اطلاعات را بیشتر به صورت غیرمستقیم غیررسمی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌کند. از این رو، رسانه‌ها، ابزارهای قوی و مؤثری هستند که در جهت تعدیل رفتارهای انسانی و انتشار عادات و ارزش‌های فرهنگی نقش آفرینی می‌کند. دایمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) معتقد است که رسانه‌ها، بخصوص رسانه‌های دیداری و شنیداری، الگوهای رفتارهای فردی را تعدیل می‌کنند و بر استانداردهای گروهی تأثیر می‌گذارند. می‌توان گفت هنگامی که از تأثیرات رسانه بر خط‌مشی عمومی می‌پرسیم، پرسشی درباره «چگونگی» تأثیر رسانه مطرح می‌کنیم (غلام‌پورراد، ۱۳۹۳، ص ۳۸).

از این رو، بر اساس اهمیت نقش رسانه در اطلاع‌رسانی‌های زیست‌محیطی، پژوهش حاضر در نظر دارد به بررسی این نکته پردازد که شهروندان چه واکنشی به اطلاع‌رسانی‌های زیست‌محیطی رسانه ملی نشان می‌دهند و در امور مرتبط با سلامت آب و محصولات کشاورزی، به چه نحو، اخبار رسانه‌ای را مورد واکاوی معنایی قرار می‌دهند و عملکرد خود را بر حسب آن تنظیم می‌کنند؟

### چارچوب مفهومی پژوهش

نظریات جامعه‌شناختی مختلفی در مورد اینکه چرا و چگونه افراد رفتارهایشان را در برخورد با محیط‌زیست تغییر خواهند داد، وجود دارند (صالحی، ۲۰۰۸ و بلیکی، ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۴). الگوی نوین زیست‌محیطی<sup>۱</sup> یکی از این نظریه‌هایی است که برای نخستین بار از سوی دان‌لاپ<sup>۲</sup> و ون‌لایر<sup>۳</sup> (۱۹۷۸) مطرح شد و طی فرایندی به نسبت طولانی شکل گرفت. دان‌لاپ و ون‌لایر برای تمایز این دیدگاه جدید که اختلاف‌های اساسی با الگوی اجتماعی غالب داشت آن را الگو یا پارادایم زیست‌محیطی جدید نامیدند. آنان از واژه «پارادایم» برای اشاره به تصویر «بنیادین سوژه» یک زمینه که قبل از دیدگاه‌های نظری خاص می‌آید، استفاده کردند (دان‌لاپ و همکاران، ۲۰۰۰، ص ۴۳۸). این رویکرد، عرصه جدیدی را در جامعه‌شناسی مطرح می‌کند که محیط‌زیست را به اندازه فرایندهای سیاسی و اقتصادی، برای درک شرایط اجتماعی ضروری می‌داند. پارادایم نوین زیست‌محیطی، ارزش و نگرش زیست‌محیطی در کنار دانش و آگاهی از نتایج عملکرد، زمینه‌ساز رفتار بهینه زیست‌محیطی خواهد بود. در خصوص رفتار هم به‌زعم هینز<sup>۴</sup> و همکارانش (۱۹۸۶) پیش‌بینی، کار ساده‌ای نیست. به نظر می‌رسد این امر متغیرهای متعددی را در برمی‌گیرد که هیچ‌یک از آنها بدون داشتن همبستگی با بقیه عمل نمی‌کنند؛ بنابراین، لازم است در یک پژوهش تجربی، پژوهشگران با تأکید بر یک یا چند متغیر، درصدد تبیین رفتارهای زیست‌محیطی برآیند.

دانش علمی و نگرش‌های مرتبط با تغییرات حاصل از پیشرفت‌های علمی، عوامل مهمی در شکل‌گیری نگرش‌های زیست‌محیطی تلقی می‌شوند (لیونز<sup>۵</sup> و برکول<sup>۶</sup>، ۱۹۹۴).

1. New Environmental Paradigm

2. Dunlap

3. VanLiere

4. Hines

5. Lyons

6. Breakwell

بر پایه مدل گراب<sup>۱</sup> (۱۹۹۵)، هرچه افراد بیشتر در مورد محیط‌زیست بدانند، رفتارهای محافظتی بیشتری نسبت به آن از خود نشان می‌دهند. بر این اساس، نهادهای دولتی در کنار بسیاری از گروه‌های زیست‌محیطی تلاش سختی را برای افزایش دانش و آگاهی عمومی آغاز کرده‌اند. آگاهی‌های زیست‌محیطی و توجه به مشکلات ناشی از عملکرد و تعامل نادرست انسان با محیط، از مهم‌ترین تلاش‌های صورت گرفته از سوی نهادها و متولیان تغییر نگرش زیست‌محیطی در سال‌های اخیر بوده است. بار<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند که «این تصور در قلب سیاست‌گذاری‌های دولتی جای دارد و دانش مناسب، تأثیرات ملموسی روی رفتار خواهد داشت». از نظر او، فعالیت جنبش‌های اجتماعی به صورت عام و سازمان‌های زیست‌محیطی مردم‌نهاد به صورت خاص، بر این اساس بنا شده‌اند که آگاهی و دانش عمومی موجب حمایت از محیط‌زیست خواهد شد. پژوهش‌های صاحب‌نظرانی چون بوردن<sup>۳</sup> و اسکیتینو<sup>۴</sup> (۱۹۷۹)، اسکان<sup>۵</sup> و هولزر<sup>۶</sup> (۱۹۹۰)، کایزر<sup>۷</sup> و همکاران (۱۹۹۹) و نیز بایارد<sup>۸</sup> و جولی<sup>۹</sup> (۲۰۰۷) نشان داده است که بین دانش زیست‌محیطی و رفتارهای زیست‌محیطی رابطه وجود دارد. صاحب‌نظران همگی به این اصل اذعان دارند که راه بهبود شرایط زیست‌محیطی، تغییر رفتار و عملکرد انسان‌ها در تعامل با محیط‌زیست است و از مهم‌ترین وجوه مؤثر بر تغییر عملکرد می‌توان به تغییر در نگرش زیست‌محیطی از طریق اشاعه دانش و اطلاعات مربوط اشاره کرد؛ اما تغییر نگرش در افراد نیازمند پیش‌زمینه‌هایی در این مسیر است که از مهم‌ترین ارکان آن، واکنشی قابل پیش‌بینی و توأم با اعتماد به نهادهای تغییردهنده نگرش است. آیا افراد به تلاش‌هایی که سازمان‌ها و نهادها در جهت تغییر نگرش اعمال می‌کنند، اعتماد دارند یا به شیوه دیگری پیام‌ها را واکاوی و معنا می‌کنند؟

در خصوص اعتماد به رسانه و اخبار آن، در کل، نظریات مختلفی وجود دارد که می‌توان اخبار زیست‌محیطی را ذیل آن قرار داد. برای مثال، نظریه نیازجویی که از سوی ویندال و اولسون (ترجمه دهقان، ۱۳۷۶) مطرح شده، بر این مطلب استوار است که زمینه‌های اجتماعی و روان‌شناختی در انسان سبب‌ساز نیازهایی می‌شوند که انسان را برای

- |              |           |           |
|--------------|-----------|-----------|
| 1. Grob      | 2. Barr   | 3. Borden |
| 4. Schettino | 5. Schahn | 6. Holzer |
| 7. Kaiser    | 8. Bayard | 9. Jolly  |

رفع این نیازها به تکاپو وامی‌دارد. یکی از این منابع رفع نیاز، رسانه‌ها هستند؛ در صورتی که نیاز افراد از طریق رسانه برطرف شود، پیام آن را می‌پذیرند و این پذیرش اولیه، زمینه‌ساز اعتماد تعمیم‌یافته به دیگر اخبار رسانه در مراحل بعدی می‌شود؛ اما اگر رسانه نیاز مخاطبان را برطرف نکند، از آن رویگردان می‌شوند و به رسانه‌های دیگر روی می‌آورند. از این رو، اعتماد رسانه‌ای در حوزه محیط‌زیست یکی از مهم‌ترین عوامل در تغییر رفتار زیست‌محیطی خواهد بود که پژوهش حاضر، قصد تمرکز بر روی آن را دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

روشی که توانایی پاسخگویی به سؤالات مورد نظر به این پژوهش را داشته باشد و بتواند برداشت کنشگران (مصرف‌کنندگان) را از اخبار رسانه‌ای مربوط به پساب را در ابعاد مختلف، شرایط و تبعات استفاده از فاضلاب بازیافتی مورد بررسی قرار دهد، روش نظریه‌پردازی داده‌محور است که با عنوان نظریه زمینه‌ای یا نظریه مبنایی<sup>۱</sup> مطرح شده است. نظریه مبنایی عبارت است از آنچه که به طور استقرایی از مطالعه پدیده‌ای به دست می‌آید و نمایانگر آن پدیده است. به عبارت دیگر، باید آن را کشف کرد و پس از تکمیل، به طور آزمایشی، از طریق گردآوری منظم اطلاعات و تجزیه و تحلیل داده‌هایی که از آن پدیده نشئت گرفته است، اثبات نمود (استروس<sup>۲</sup> و کوربین<sup>۳</sup>، ترجمه محمدی، ۱۳۸۵، ص ۲۲). روش‌ها و رویه‌های منظم (سیستماتیک) این روش، پژوهشگر را قادر می‌سازد تا نظریه‌ای مستقل بسازد، نظریه‌ای که با معیارهای علمی معنادار بودن، تطبیق نظریه و مشاهده، قابلیت تعمیم، بازآفرینی، دقت، قاطعیت و اثبات‌پذیری مطابقت داشته باشد (همان، ص ۳۱). در اینجا، تمرکز بر سؤالات فرایندی درباره تجارب کنشگران در طول زمان از مشخصات روش گراند تئوری است (محمدپور، ۱۳۹۰، ص ۳۲۲).

در این پژوهش از دو نوع نمونه‌گیری به صورت همزمان استفاده خواهد شد. نمونه‌گیری هدفمند و نمونه‌گیری نظری. از نمونه‌گیری هدفمند، برای گزینش افراد مورد مصاحبه و از نمونه‌گیری نظری، برای تشخیص تعداد افراد، تعیین محل داده‌های مورد نیاز و یافتن مسیر پژوهش استفاده می‌شود. در این نوع نمونه‌گیری، انتخاب نمونه‌ها با توجه به تحلیل داده‌های گردآوری شده پیشین شناسایی می‌شود. با گذشت

1. grounded theory

2. Staruss

3. Corbin

زمان، به عمق و تمرکز نمونه‌گیری افزوده می‌شود و نمونه‌گیری زمانی به پایان می‌رسد که به اشباع نظری رسیده باشیم. اشباع نظری نیز زمانی حاصل می‌شود که داده‌های اضافی، کمکی به تکمیل و مشخص کردن یک مقوله نظری نمی‌کنند و نمونه‌ها از آن پس اشباع به نظر می‌رسند (ذکایی، ۱۳۸۱، ص ۵۹). در ملاک انتخاب نمونه در روش پژوهش کیفی مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده، موضوع، عنوان پژوهش و افرادی است که در خصوص موضوع پژوهش اطلاعات مفیدی به پژوهشگر می‌دهند (مارشال<sup>۱</sup> و راسمن<sup>۲</sup>، ترجمه پارسایان و اعرابی، ۱۳۸۱، ص ۷۷). به همین دلیل، در این پژوهش نیز به طور هدفمند و با شیوه نمونه در دسترس با ملاک حداکثر تنوع نمونه‌ها انتخاب شدند. به این ترتیب، بر حسب نمونه‌گیری هدفمند و روش کدگذاری نظری، در نهایت، با مصاحبه ۲۳ نفر اشباع نظری نسبی به دست آمد.

سازوکار و نحوه تحلیل داده‌ها نیز به شیوه کدگذاری نظری در سه مرحله انجام شد. با تبدیل متن مصاحبه‌های گفتاری به متن نوشتاری در مرحله کدگذاری اولیه، کدگذاری به صورت باز انجام گرفت. ابتدا در این بخش، داده‌ها، تجزیه و بر اساس واحدهای معنایی دسته‌بندی شدند تا کدها نیز ضمیمه شوند. تعدادی از کدها بر ساخته و بیشتر آنها درونی بودند. در مرحله دوم که مرحله کدگذاری گزینشی است، شکل‌گیری و پیوند هر دسته‌بندی با سایر گروه‌ها تشریح شد. در اینجا، کدگذاری در سطحی انتزاعی‌تر انجام می‌شود تا مقوله محوری به همراه مقولات فرعی‌اش شکل گیرد. در مرحله سوم، کدگذاری موضوعی است. پیش‌فرض اصلی کدگذاری در این مرحله این است که در گروه‌ها یا جهان‌های اجتماعی گوناگون می‌توان دیدگاه‌های متفاوتی پیدا کرد (فلیک، ترجمه جلیلی، ۱۳۹۲، صص ۳۴۵-۳۲۹). در سطح انتزاعی‌تر، خلاصه کردن مطالب اصلی که مصاحبه‌شونده درباره موضوع پژوهش عنوان کرده و در مراحل قبلی مقوله‌بندی شده است، با مفهومی جدید شکل می‌گیرد. به این ترتیب، ساختار موضوعی به دست آمده مبنای تحلیل سایر موارد خواهد بود.

### مشخصات کلی مصاحبه‌شوندگان

برای رعایت شرط حداکثر تنوع در نمونه‌گیری، تلاش شد تا مصاحبه‌شوندگان از اقشار مختلف اجتماعی باشند. به دلیل بی‌اعتمادی مصاحبه‌شوندگان، تلاش می‌شد کسب

1. Marshall

2. Rossman

## واکوی معنایی واکنش شهروندان نسبت به اطلاعات زیست‌محیطی رسانه ملی ... ❖ ۷۳

اطلاعات زمینه‌ای به صورت محدود و غیرمستقیم صورت گیرد تا موجب موضع‌گیری تدافعی آنها نشود.

مصاحبه‌شوندگان بیشتر متأهل (۷۷ درصد) و شاغل (۶۰ درصد) هستند. در میان آنها افرادی با تحصیلات متفاوت دیده می‌شود که ۴۷ درصد لیسانس یا بالاتر و ۵۳ درصد با سطح تحصیلات دیپلم و پایین‌تر بودند.

### یافته‌های پژوهش

#### زمینه‌ها و بسترهای برداشت کنشگران از اخبار مربوط به پساب

نظریه زمینه‌ای مفروض می‌دارد که «فرایند و ساختار به نحوی تفکیک‌ناپذیر به هم متصل‌اند. ساختارها آفریننده زمینه و بستری‌اند که تعامل در آن رخ می‌دهد» (استراوس و کوربین، ترجمه محمدی، ۱۳۸۵، ص ۲۰۰). به عبارتی با تحلیل تجارب ادراکی و کنشگری ناشی از این درک، بازنمایی ساختارها را می‌توان پیگیری کرد. به این منظور برای پاسخگویی به این پرسش که «زمینه‌ها، شرایط یا دلایل برداشت کنشگران از اخبار مربوط به پساب چه هستند؟»، از افراد مطلع پرس‌وجو به عمل آمد و داده‌ها و مفاهیم انتزاعی از عبارات بیان شده از سوی آنها که طی کدگذاری سه‌گانه به دست آمده بود، استخراج شد. پس از دسته‌بندی و تلخیص کدهای ابتدایی، در نهایت، هر دو یا چند مفهوم، تحت نام مفهومی کلی‌تر دسته‌بندی شدند.

#### جدول ۱- مقوله‌بندی زمینه‌ها و بسترهای برداشت کنشگران از اخبار مربوط به پساب

نوع مقوله	مقوله محوری	مقولات
زمینه	بی‌اعتمادی نهادی	تناقض گفتگویی مسئولان، ادراک فیلترینگ رسانه‌ای، پیشینه مخدوش رسانه
علی	مخاطره ادراکی	مخاطرات بهداشتی، مخاطره ناشی از احتمال، مخاطرات فن‌سالاری، مخاطرات تک‌صدایی، مخاطرات پیش‌بینی علم
علی	درک قدرت منفعت‌طلب	رویکرد مصلحت‌گرایی قدرت حاکم، سیاست‌گذاری محافظه‌کارانه، تناقض تجربه و اخبار، لابی‌گری و خاص‌گرایی
مداخله‌گر	ناهمسوی‌پنداری دین و رسانه	نجاست آب، تفسیر دنیاگرایانه رسانه از دین، دین‌ابزاری
مداخله‌گر	تأثیر رسانه‌های بیگانه	بی‌اعتمادی به گفته رسانه تحت‌تأثیر رسانه‌های خارجی، تناقض اطلاعات رسانه داخلی و خارجی

## بی‌اعتمادی نهادی

باید توجه داشت که صرف آگاهی درباره نیاز شدید به دیگر منابع آبی، الزاماً نه پذیرش عمومی را برای استفاده دوباره از آب تضمین می‌کند و نه عوامل مداخله‌گری چون رسانه می‌توانند بر برداشت و ادراک افراد مؤثر واقع شوند. بلکه عاملی نظیر اعتماد رسانه‌ای و اعتماد به مسئولان است که می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد. در جوامع مدرن همیشه دو سوی فرایند اعتماد را ارتباط‌گران انسانی تشکیل نمی‌دهند، بلکه انسان‌ها گاه با کنشگران غیرفردی ارتباط برقرار می‌کنند و از این رو، شکل دیگری از اعتماد مطرح می‌شود که متوجه ساختارهای غیرشخصی است و به اعتماد به نهاد یا سیستم موسوم است (هاشم‌زهی و مهدوی، ۱۳۹۱، ص ۱۸۰).

نتایج پژوهش‌های جولیان<sup>۱</sup> و کائرچر<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) نیز نشان داده است که اعتماد به نهادی همچون شرکت آب در عرضه آب بازیافتی سالم، دلیل اصلی موافقت افراد با استفاده از آب بازیافتی بوده است. علاوه بر این، در کسب اعتماد مخاطبان، ایجاد اعتماد به رسانه‌ها نیز امری مهم است چون در غیر این صورت، رسانه‌ها نمی‌توانند نقش تسهیلگر خود را در شرایط بحرانی همچون کمبود آب و استفاده از آب‌های جایگزین ایفا کنند. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بی‌اعتمادی از دلایل مختلفی ناشی می‌شود. پاسخگویان مهم‌ترین کانون بی‌اعتمادی به اخبار رسانه را در زمینه استفاده از آب بازیافتی، تناقض‌گویی در گفته‌های مسئولان عنوان کرده‌اند و یکی از دلایل بی‌اعتمادی به اخبار رسانه را، پوشش ندادن این تناقضات دانسته‌اند. «این مسئولان ... نه خودشان با هم هماهنگی دارن که آدم تکلیفشو بدونه و نه یادشون می‌آد قبلاً چی گفتن که خودشون نخوان خودشونو نقد کنن» (زن، ۴۰ ساله، کارمند).

مصاحبه‌شوندگان اشتراک نظر دارند که اعتماد به مسئولان و رسانه، در مواجهه با موارد دارای مخاطره یا ریسک بالا، همچون استفاده از آب بازیافتی، زمینه‌ساز «تأسف پیش‌بینی شده» در آنها می‌شود. اکثر قریب به اتفاق این افراد معتقد بوده‌اند که تاکنون برنامه منسجم و آگاهی‌بخشی در خصوص عوارض استفاده از این آب از رسانه ملی نشنیده‌اند «من فقط چند تا خبر کوتاه توی روزنامه و وبلاگ‌ها خوندم و هیچ برنامه

1. Julian

2. Karcher



مستندی از صداوسیما یادم نمی‌آد که دیده باشم. واسه همین نمی‌دونم چقدر راسته و چقدر شایعه» (زن، ۴۶ ساله، دبیر). یا اینکه معتقد بودند اخبار بیشتر در خدمت تأیید شرایط بحرانی است، نه اطلاع‌رسانی از وضعیت بحرانی «من بیشتر تا الآن از رسانه‌ها انکار آلودگی آب رو شنیدم متأسفانه؛ یعنی با وجود اینکه ما این آلودگی رو توی بیمارا دیدیم، همیشه انکارشو شنیدیم...» (پرستار، ۳۹ ساله).

### مخاطره ادراکی

مخاطره ادراکی یکی از مهم‌ترین عواملی بود که بر ادراک و برداشت مصاحبه‌شوندگان از اخبار مرتبط با آب باز یافتی اثر می‌گذاشت. این مخاطره بیشتر دلالت بر مسائل بهداشتی دارد (صالحی و طالبی صومعه‌سرای، ۱۳۹۳، ص ۷۲). مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که از شرایط استاندارد و ایمنی این آب را مطلع نیستند و رسانه نیز تاکنون در این زمینه آگاهی‌رسانی لازم را نکرده است. «می‌گن این آب ام اس میاره و حتی باعث سرطان می‌شه. کی قبلاً این همه سقط‌جنین بود. همه‌اش علت‌اش توی همین آب‌ها و سبزیایی هست که با این آب آبیاری می‌شن. هیچ‌کس ... دلش واسه ما نسوخته که بخوان بیان شفاف همه چیزو بگن. هیچ‌کس حتی توی تلویزیون هم نمی‌تونه در موردش چیزی بگه» (زن، ۵۲ ساله، بازنشسته).

در خصوص عوامل مؤثر در فهم این مخاطره ادراکی، قریب به اتفاق پاسخگویان معتقد بودند که این درک را نه از اخبار مستند داخل و رسانه ملی بلکه بیشتر بر حسب اقتضای شغلی و به صورت مخفیانه یا از اطرافیان خود شنیده‌اند. برای مثال، در زمینه کسب اخبار محرمانه از طریق محل کار، پرستاری در میان مصاحبه‌شوندگان چنین می‌گفت: «من با توجه به شغلم که پرستاری هست اطلاعات موثقی دارم که در زمینه سلامت آب و سبزیجات با وضعیت بحرانی مواجه هستیم؛ اما هیچ خبر مستند و موثقی ندادن و ما از آزمایش‌های بالینی و آزمایشگاهی اینو فهمیدیم... متأسفانه به نظر من خیلی بهایی داده نمیشه به مسئله ارتقای سلامت؛ بخصوص به افرادی که اطلاعات کافی ندارن» (پرستار، ۳۹ ساله).

اورلیش بک (ترجمه مهدی‌زاده، ۱۳۹۲) معتقد است؛ یکی از مظاهر عادی‌سازی مخاطره این است که اگر خطری از دایره تعاریف تثبیت شده در علم و حقوق فراتر

باشد، نادیده گرفته می‌شود و این خود، سبب تقویت خطر می‌شود. همچنین از نظر بک، این خطر نیز وجود دارد که انحصار تفسیر خطر تنها در اختیار کسانی قرار بگیرد که آن را ایجاد کرده‌اند؛ اما با به وجود آمدن بحران، انحصار دانشمندان و مهندسان در تشخیص خطرات زیر سؤال می‌رود. به همین دلیل، در اینجا، «مخاطره ناشی از احتمال» زمینه‌ساز درکی از مخاطره می‌شود که بر بی‌اعتمادی به علم و عالمان آن متکی است. «کی استاندارد رو تعریف کرده؟ سطح آسیب بر حسب نظر هر کدوم از ارگان‌ها با هم فرق داره، قطعاً اون سطحی که منه پزشک درباره ریسک آب خطرزا می‌دونم با اونیه که مهندس آب توی وزارت نیرو براش تعریف می‌کنه، فرق داره. علم، امروز می‌گه آب بازیافتی بی‌خطره فردا یه چیز دیگه اثبات می‌شه. باید شفافیت و آسیب خودشو توی مناظره از جهت‌های مختلف نشون بده ولی ما متأسفانه همیشه یه صدا می‌شنویم. یکی می‌گه و میلیون‌ها نفر اجرا می‌کنن» (زن، ۳۳ ساله، پزشک).

### درک قدرت منفعت‌طلب

در میان پاسخگویان، تعدادی از افراد بر نبود خلوص لازم در پیام‌رسانی رسانه تأکید داشتند. از نظر آنان رسانه ابزاری است که در دست صاحبان قدرت قرار دارد. «بازی استراتژیک منفعت‌طلبانه» با میانجی‌گری رسانه، تسهیلگر مشروعیت اقتدار می‌شود و با ایجاد درونی‌سازی، زمینه تغییر نگرش و دستکاری ذهنی را بر حسب اهداف فراهم می‌کند. «فقط اینو بدون که پروژه‌ای چندصد میلیاردی پشت طرح تجمیع فاضلاب تهران و استفاده از این آب هست ولی مافیای قدرت نمی‌ذاره صدای مخالفای این طرح دربیاد. رسانه هم مطمئن باشید پشت سر اوناس نه مقابل‌شون» (۳۲ ساله، دانشجوی دکترای). در همین زمینه، یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان نیز چنین اظهار کرده است: «کلاً به من ثابت شده اگه توی این مملکت بخوان کسی رو بیرن بالا حتی رسانه هم به کمک‌اش می‌آد و اگه بخوان کسی یا چیزی رو نابود کنن بازم رسانه دقیقاً به کمک‌اش می‌آد» (کارشناس خزانه، ۳۲ ساله).

در میان پاسخگویان، افرادی هم بودند که اعتقاد داشتند یا اطلاع‌رسانی در این زمینه کافی نبوده و یا تاکنون هیچ اطلاعاتی درباره این موضوع به افراد نداده‌اند. از نظر آنها، رویکرد مصلحت‌طلبانه قدرت حاکم با اختفای خبر و یا دستکاری آن، حتی با وجود

به خطر افتادن سلامت افراد، زمینه بی‌اعتمادی را بویژه در بعد بهداشت و سلامت، نسبت به اخبار ملی افزایش می‌دهد.

### ناهمسوپنداری دین و رسانه

طبق نظریه تعادل شناختی، افراد از اطلاعاتی که مغایر شناخت، نگرش‌ها و احساسات قبلی آنها باشد، اجتناب می‌کنند. آنها به دنبال اطلاعاتی هستند که با باورهای قبلی‌شان منطبق باشد. در همین زمینه، پاتنام، به تأثیر مذهب بر افزایش اعتماد پرداخته است. از نظر گیدنز نیز، مذهب ارائه دهنده اصول و تفسیرهای اخلاقی و عملی است که پیروان را به سوی اعتماد و حمایت گسیل می‌دارد.

در این زمینه، واکنش طرد استفاده از آب بازیافتی، همچنین متأثر از تصور ذهنی پاسخگویان در زمینه نجاست این آب و اشکال شرعی برای استفاده از آن است. «آب برای طهارت است، وقتی در نجاست و پاکی آن شک باشد همه چیز نجس می‌شود» (۲۳) ساله، خانه‌دار). در مورد نقش واسطه‌ای رسانه در استفاده از آب بازیافتی نیز بودند کسانی که بر تداخل ارزش‌های دینی و رسانه تأکید داشتند. صالحی و طالبی صومعه‌سرایی (۱۳۹۳) نیز در مقاله خود یکی از مقولات مهم را در امتناع از آب بازیافتی، قیود، مذهبی و ادراک ناپاکی و نجسی از آب بازیافتی بیان کرده‌اند. در این زمینه، برخی از پاسخگویان رسانه را نه ابزاری برای دینداری بلکه برای حکومتداری و حفظ نظام قلمداد کرده‌اند که حتی تفسیر دینی ارائه شده از آن نیز در جهت تحکیم نظام عمل می‌کند. «... این آب چه‌بسا از نظر شرعی و دینی مشکل داشته باشه اما چون بحران آب هست و حاکمیت بابت‌اش تحت فشاره رسانه تبلیغ‌اش رو می‌کنه» (۵۲) ساله، بازنشسته).

همچنین در میان پاسخگویان، زنانی هم بودند که حکم مرجع و رسانه‌ای شدن آن را دلیلی بر صحت کاربرد این آب می‌دانستند. از نظر آنها، اطلاع‌رسانی نکردن رسانه در این زمینه و فتوهای مراجع دینی از تریبون‌های مردمی و رسانه ملی، مانع از برطرف شدن شبهات دینی در خصوص این آب در میان مردم شده است.

### تأثیر رسانه‌های بیگانه

کنشگران به تفسیر داده‌های شبکه‌های ماهواره‌ای می‌پردازند و گاه معیار صحت و سقم

اخبار داخلی را در محک با آلت‌رناتیوی دیگرگونه می‌آزمایند. بسیاری از مصاحبه‌گران، معتقد بودند که با استناد به اخبار موثق خارجی، بحران آب در کشور، بحران مدیریت آب است و بر اثر سیاست‌گذاری‌های نادرست ایجاد شده است، از این رو، نباید بار مشکلات بر دوش مردم قرار بگیرد: «من خودم همیشه خیلی سعی می‌کردم توی مصرف آب صرفه‌جویی کنم اما وقتی از ماهواره شنیدم یکی از دلایلی که جنوب تهران از پساب برای آب دادن به مزرعه‌ها استفاده می‌کنه، چاه‌های غیرقانونیه و تازه بدتر از اون، بیشتر این چاه‌ها مال برادران... هستش، ... خوب چرا من باید جورش رو می‌کشیدم. بهترین کار این بود که دیگه سبزی خوردن و اینا نمی‌خرم؛ به جاش هرماه که می‌رم شمال یا یکی از دوستانم می‌ره اندازه چند وقتم می‌خرم» (زن خانه‌دار، ۴۵ ساله).

البته تأثیر رسانه‌های بیگانه را مداخله‌گر در نظر گرفتیم، نه علی؛ بخصوص که برخی از پاسخگویان به رسانه‌های بیگانه هم اعتماد نداشتند و تداخل رویکردی در مسائل بین این دو رسانه را بازی قدرت قلمداد می‌کردند. همچنین نقش تحلیلگری مخاطب در برابر این رسانه و برداشت‌های تفسیرگرایانه که سبب کدگشایی‌های چندگونه در هر پیام از آن رسانه می‌شد، برداشت‌های مختلف و گاه ناهمگون را رقم می‌زد.

راهبرد واکنشی - تعاملی به قصد یافتن اینکه مصاحبه‌شوندگان در برابر تفاسیر رسانه‌ای از آب بازیافتی، به چه کنشی دست زده یا خواهند زد، کدگذاری انجام گرفت که نتایج آن در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲- مقوله‌بندی استراتژی واکنشی - تعاملی

مقوله محوری	مقولات
رسانه جایگزین	شبکه‌ها و اخبار ماهواره، شبکه‌های اجتماعی غیررسمی، اطلاع از افراد مطلع و نزدیکان
هشدار ناقص	هشدار بعد از وقوع، اطلاعات اندک، هشدار مقطعی
طرد و مقاومت	طرد پیام، طرد راهکار، طرد هشدار

### رسانه جایگزین

پیشرفت فناوری اطلاع‌رسانی نیز دسترسی شهروندان جوامع را به منابع متعدد و متنوع

پخش خبر، آسان کرده است و این بحث وجود دارد که در ایران، گرایش به منابع اطلاع‌رسانی همواره در حال افزایش است. اگر دولت‌ها و حکومت‌ها نتوانند نیازها و خواسته‌های مادی و معنوی شهروندان را فراهم سازند، بحران‌های مختلفی از قبیل بحران اعتماد عمومی و مشروعیت در جامعه ایجاد می‌شود. این بی‌اعتمادی علاوه بر حاکمیت، به ابزارها و وسایل تحکیم مشروعیت؛ همچون رسانه ملی و اخبار آن نیز تسری می‌یابد.

در پژوهش حاضر نیز برخی مصاحبه‌شوندگان، از رسانه ملی راضی نبودند و نیاز به کسب اخباری صادقانه‌تر و عمیق‌تر را احساس می‌کردند. به این ترتیب، اغلب آنان با جایگزینی منبع انتقال پیام و مرکز پیام سعی در «ارضای خلأ دانش» داشته‌اند: «هر وقت اتفاقی بیوفته اول یه سرچ توی خبررسانی‌های فارسی زبان می‌کنم. یا اینکه توی فیس‌بوک و وایبر که چند تا از روزنامه‌نگارای حرفه‌ای هستن. از طریق استاتوس‌های اونا بهتر می‌تونم بفهمم چی شده» (۲۸ ساله، دانشجوی دکترا). یا اینکه پاسخگویان معتقد بودند «مشارکت در بحث‌های مطرح در ذیل استاتوس‌های شبکه‌های اجتماعی، با وجود همه مشکلات ناشی از گمنامی‌های مجازی، بر اطلاعات آنها می‌افزاید. «فقط در فضای مناظره و دیالوگ می‌شه به فهم خوب رسید. ما که عملاً مناظره‌های برابر که هر دسته‌ای با هر نظری بتونه توش شرکت کنه نداریم و صدامونم به جایی نمیرسه، واسه همین معمولاً توی وایبر و بقیه شبکه‌ها با دوستان درباره مسائل بحث می‌کنیم» (۳۲ ساله، کارمند).

### هشدار ناقص

متقاعدسازی کوششی برای تغییر نگرش است. در متقاعدسازی هدف این است که تأثیر بر افراد چنان باشد که عقیده خاصی را بپذیرند. از این رو رسانه، خبر را به گونه‌ای سازماندهی می‌کند که مخاطب استنباط کند به بهترین نحو در خدمت منافع اوست و در نتیجه آن را بپذیرد (محمدخانی ملکوه، ۱۳۸۹، ص ۱۰۹). به عبارتی، مخاطب باید اخبار رسانه را در جهت منافع خود تفسیر کند تا به آن اعتماد داشته باشد. از این رو رسانه، به «انگاره‌سازی خبری» متوسل می‌شود. با ارائه انگاره‌هایی از شخصیت‌ها، رویدادها و مسائل به مخاطب، «انگاره‌سازی خبری» رخ می‌دهد. در این انگاره‌سازی،

با بازتابی از وقایع روبه‌رو هستیم. واقعیات به صورت دستکاری شده و توأم با تفاسیری پنهان ارائه می‌شوند (همان، ص ۱۰۷). رسانه با هدف دست‌کاری ذهنی و برجسته‌سازی وقایع، آنها را به گونه‌ای برساخت می‌کند که هشدار و توجه ویژه مخاطب را به مسئله مورد نظر جلب کند. در سال‌های اخیر، تلاش‌های زیادی برای برساخت بحران آب و راه‌حل‌های جایگزین از رسانه صورت گرفته است. اگرچه هشدار درباره استفاده از پساب در رسانه کمتر در نظر بوده و بیشتر به بُعد جایگزینی آن توجه شده است، اما پاسخگویان معتقد بودند که هشدارها را بیشتر از شبکه‌ها و اخبار اینترنت آن هم به طور ناقص دریافت کرده‌اند تا از طریق رسانه ملی. «اولین باری که فهمیدم سبزی‌ها و میوه‌های تهران توی ورامین داره با فاضلاب تصفیه شده آبیاری می‌شه تازه خیلی وقت‌ها هم با فاضلاب تصفیه نشده؛ از طریق یه نوشته توی یکی از وبلاگا بود. بعدش توی گوگل موضوع رو سرچ کردم و اون وقت بود که عمق فاجعه رو فهمیدم. ولی کاش یه مستندی، چیزی درباره‌اش توی تلویزیون پخش می‌شد و مسئولان هم مجبور به پاسخگویی می‌شدن. آخه خیلی نمی‌شه به نوشته‌های اینترنت اعتماد داشت» (مربی آشنیزی، ۳۰ ساله).

از نظر پاسخگویان، هشدارهای رسانه ملی، گاه باعث تکاپوی کنشگر برای ارتقا و کسب دانش درباره مسئله یاد شده در آن رسانه می‌شود.

### طرد و مقاومت در برابر پیام

تعدادی از مصاحبه‌شوندگان، در برابر این امر که بحران آب از طریق جایگزین‌های آبی چون پساب قابل رفع است، مقاومت می‌کنند. از نظر آنها بحران سلامت ناشی از مصرف این آب به مراتب از بحران قبلی وخیم‌تر است و به همین دلیل باید در برابر این شکل از تبلیغات مقاومت کرد.

گاهی نیز طرد در شکلی معکوس و به صورت طرد مخاطره خود را نشان می‌دهد. در نتیجه انباشتی وسیع از مخاطره در همه حوزه‌ها، سطح کنشگری چنان برای برخی تنزل پیدا می‌کند که تسلیم در برابر خطرات را به ناچار می‌پذیرند. نتایج پژوهش حاضر

از این حیث با نتایج پژوهشی که جفری<sup>۱</sup> و جفرسون<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) در انگلستان انجام دادند، شباهت دارد که در آنجا پژوهشگران دریافتند؛ غالب پاسخگویان (۸۹ درصد) با این جمله موافقت دارند: «من تا زمانی که ایمنی آب بازیافتی تضمین شده باشد، هیچ مخالفتی با استفاده از آن نخواهم داشت». به عبارت دیگر، مقاومت در برابر این آب و تلاش‌های رسانه‌ای برای تبلیغ درباره آن، تنها در صورتی می‌تواند تأثیرگذار باشد که اطمینان از ایمنی آب برای مردم فراهم شود. «الآن آگه دقت کرده باشید دیگه مثل قبل بازار سبزی خوردن خیلی داغ نیست و مردم فهمیدن که این سبزی‌های خوشگل و خوش‌رنگ ولی در عوض بدون طعم و خاصیت، چرا این طوری‌ان. خوب تا وقتی که به مردم ثابت نکنن صداقتشون رو بالاخره مردم هم مقاومت می‌کنن. هوا نیست که با این همه آلودگی و سرب، چاره‌ای برای نفس کشیدن نداشته باشی. سبزیه، خب نمی‌خوریم» (دبیر، ۶۶ ساله).

### آثار و پیامدهای آسیب‌های اطلاع‌رسانی رسانه ملی درباره پساب

در پرسش‌های پیشین به دنبال کشف و توصیف شرایط و تعاملات مربوط به استفاده از آب بازیافتی با تأکید بر نقش رسانه بودیم، در این قسمت نیز به تحلیل عبارات مربوط به آثار و پیامدهای این کنش پرداخته می‌شود.

### جدول ۳- مقوله‌بندی آثار و پیامدهای آسیب‌های اطلاع‌رسانی رسانه ملی درباره پساب

مقولات	مقولات عمده	مقوله هسته
بیماری‌های ناشناخته، بیماری‌های نوظهور، وسواس بیمارپنداری	آسیب‌پذیری سلامت	استحاله اعتبار خبر رسمی و پذیرش ریسک هدفمند شایعه
عمل سیاسی نهادینه نشده، آگاهی‌رسانی خصوصی، رسانه جایگزین	مقامت پنهان	
سوءاستفاده رسانه بیگانه، جایگزینی استناد خبری	جلوه نامناسب ایفای نقش رسانه ملی	

1. Jeffrey

2. Jefferson

## آسیب‌پذیری سلامت

بر اساس اظهار نظر مصاحبه‌شوندگان، مهم‌ترین پیامد در شیوه فعلی اطلاع‌رسانی رسانه ملی در زمینه استفاده از فاضلاب تصفیه شده، خطر آسیب رسیدن به سلامت شهروندان است. به‌زعم آنان، رسانه با سانسور خبر به منظور جلوگیری از رعب و وحشت، سبب‌ساز بحران سلامت می‌شود. پرستاری ۳۹ ساله با توجه به مشاهدات عینی و شواهد حرفه‌ای خود از آلودگی آب و سبزیجات در دوره‌های زمانی در همین زمینه معتقد بود که «متأسفانه بحث سلامت عمومی اصلاً مورد توجه مسئولان نیست و آنها برای حفظ موقعیت و خدشه‌دار نشدن نحوه مدیریت‌شان حتی از جان مردم هم مایه می‌گذارند» (پرستار، ۳۹ ساله).

زنی جوان و خانه‌دار معتقد بود: «اولین پیامد این پنهان‌کاری و سانسور خبری، آسیب به سلامتی ماست. با وجود این همه پیشرفت در علم پزشکی، خیلی از بیماری‌هایی که الان هست با این وسعت قبلاً نبود؛ آگه مردم از اونا اطلاع نداشته باشن و راه‌های مقابله با اون‌ها رو ندونن سلامت‌شون به خطر می‌وفته» (۳۱ ساله، راننده سرویس).

مصاحبه‌شوندگان اشتراک نظر دارند که فشارهای روحی ناشی از احتمال آلودگی آب و محصولات کشاورزی بر ذهن آنان سنگینی می‌کند و احتمال مخاطره سلامت و سبک‌ناایمن زندگی را بالا می‌برد اما در نهایت، به دلیل اپیدمی شدن معضلات سلامت و از طرف دیگر، نبود رسانه رسمی با صداقت و بدون محافظه‌کاری، متوسل به راهکارهای سطحی یا کوتاه‌مدتی مانند استفاده محدود و دوره‌ای از آب معدنی یا دستگاه تصفیه آب و یا نخوردن سبزی خام می‌شوند. تنها کنش اعتراضی آنان نیز نق زدن‌های گاه‌وبی‌گاه در جمع‌های خصوصی و یا ناشناس است.

## مقاومت پنهان

همان‌گونه که کنش در جامعه، به گونه‌ای تنظیم شده است که کنشگران از الگوهای نهادی شده و مطلوب حاکمیت تبعیت کنند و از این عاملیت کنترل شده رضایت ممکن را داشته باشند، به‌زعم گیدنز، در نبود چنین سازوکارهایی «عمل سیاسی نهادینه نشده» رخ می‌دهد. البته اگر هزینه کنش‌های مخالف، برای کنشگر قابل تحمل باشد، آشکارا عمل می‌کند اما در صورت افزون شدن هزینه بر فایده، کنش پنهان در نوع فاعلی



مبارزه‌جویانه و انفعالی مقاومتی رخ می‌دهد که در هر دو صورت، هزینه‌هایی چند را برای حاکمیت به دنبال دارد. «من خودم به عنوان وظیفه شخصی به هر طریقی که باشه، مردم رو از عواقب مصرف این گیاه‌ها و این آب مطلع می‌کنم. به نظر من هر آدمی که به این آگاهی برسه ... باید جلوی بقیه رو بگیره که از این پیام‌ها تأثیر نگیرن. من خودم اصلاً بچه‌هام رو عادت ندادم که تلویزیون ببینن» (پزشک، ۳۴ ساله).

رجوع به رسانه جایگزین برای کسب خبر، خود نوعی دیگر از مقامت پنهان است. مقاومت پنهان بدون شک، نشان از بحران مشروعیت در سیستمی دارد که مخاطبان پیام‌های رسانه‌ای با شک و تردید به آن نظر می‌کنند و برای اعتباریابی آن، مرجعیت را بر دیگر رسانه‌هایی که گاه نیز مورد تأیید حاکمیت نیستند، قرار می‌دهند. از این رو، احتمال افتناع از کانال‌هایی که در مسیر عکس سیاستگذاری‌های داخلی قرار دارند، هزینه زیادی را بر دوش حاکمیت قرار می‌دهد.

### جلوه نامناسب ایفای نقش رسانه ملی

مشروعیت رسانه ملی را از لحاظ نمادین می‌توان هم‌ردیف مشروعیت حاکمیت یک کشور دانست. مصاحبه‌شوندگان نیز به اهمیت این مسئله اشاره داشتند. آنها دارای احساسات ملی‌گرایانه و نگران جلوه بد‌گرایش به رسانه‌های بیگانه بودند: «خب وقتی این قدر اخبار سانسور شده شنیدیم که برای شنیدن خبر متوسل به هزار تا شبکه خارجی می‌شیم، خب این باعث سوءاستفاده اونا می‌شه و بعد بسته به اهداف‌شون هرچی بخوان به خورد ما می‌دن» (منشی، ۲۴ ساله).

نپذیرفتن صحت اخبار رسانه ملی، حتی اگر مشروعیت حاکمیت را نیز دچار ضعف نکند، نشان‌دهنده بی‌توجهی یا مخالفت کنشگران و شهروندان با قواعد و عرف‌های متعارف است که خود باعث تکثر کنشی و قاعده‌مند نبودن آن برای برنامه‌ریزی‌های بعدی می‌شود. «وقتی هر کسی راه خودشو میره باعث می‌شه دیگه به همسایه و فامیل هم اعتمادی نباشه. اینه که توی اوج کم‌آبی و گرما، مردم با شلنگ ماشین می‌شورن و فکر می‌کنن مشکل مال بقیه است. وقتی نشه رفتارها رو پیش‌بینی کرد، خود نظام هم نمی‌دونه باید چیکار کنه» (خانه‌دار، ۵۱ ساله).

## بحث و نتیجه‌گیری

تجربه جهانی نشان داده است که در گذشته، بسیاری از طرح‌های استفاده دوباره از آب، به دلیل بی‌توجهی به بدنه اجتماعی و تنها با در نظر گرفتن جنبه فنی، با شکست مواجه شده است و در نتیجه، امروزه این آگاهی فزاینده در بین متخصصان منابع آب وجود دارد که باید مردم را در فرایندهای تصمیم‌گیری شرکت دهیم. یکی از شیوه‌های مشارکت افراد در این حوزه، اطلاع‌رسانی دقیق به آنها درباره مزایا و مضرات استفاده از آب بازیافتی است و از مهم‌ترین ابزارهای موجود برای اشاعه این دانش و آگاهی، رسانه ملی است.

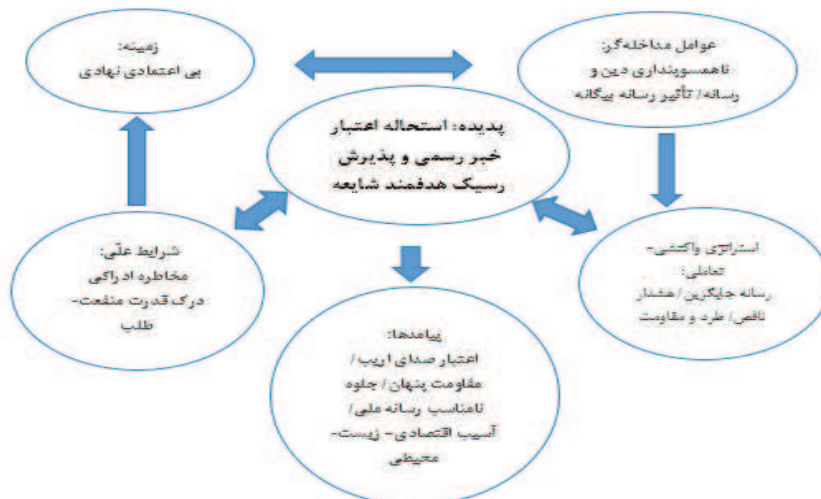
در کشور ما، برنامه‌های خبری سیمای جمهوری اسلامی که هر روزه در چندین بخش خبری پخش می‌شوند، از منابع مهم اطلاع‌رسانی به مخاطبان به شمار می‌روند و می‌توانند یکی از عوامل مهم هدایت، آگاهی و تحرک مردم باشند اما اگر این شبکه‌های داخلی نتوانند مخاطبان را جذب کنند، رسانه‌های گوناگون خارجی و دیگر شبکه‌های اجتماعی، جایگزین اطلاع‌رسانی‌های رسمی خواهند شد.

مصاحبه‌شوندگان تفسیرهای مختلفی از اطلاع‌رسانی‌های زیست‌محیطی در زمینه پساب از رسانه ملی داشتند. فرهنگ رسانه‌ای، تلاش در القای پیام و کدگذاری آن مطابق با هنجارهای رسمی و منافع روز جامعه و نظام دارد، اما تحلیل داده‌های به دست آمده، نشان می‌دهد که این کدگشایی از پایین، ناشی از تفسیر شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی است که به عنوان برداشتی دیگرگونه از پیام ارسالی، تلقی می‌شود. مقوله هسته ظهور یافته، «استحاله اعتبار خبر رسمی و پذیرش ریسک هدفمند شایعه»، نیز بر همین مسئله دلالت دارد. مصاحبه‌شوندگان بر اساس این معنادهی و تحلیل ناشی از آن، راهبردهایی را اتخاذ کرده‌اند و تفسیری خاص از پیامدهای یاد شده دارند. به نظر می‌رسد که اگر حاکمیت، مشروعیت لازم را در انتقال صحت و درستی پیام کسب کرده باشد، اعتماد درون شبکه‌ای، زمینه اتصال به سیاست عمومی را می‌یابد و تعارض بین کدگذاری و کدگشایی پیام به حد کمتری ظهور می‌کند. همچنین در صورت نبود اطلاعات رسمی موثق و قابل استناد، زمینه برای اعتماد به فهم عامه توأم با شایعه که اعتبار مخدوشی در مقایسه با استنادات رسانه‌ای دارد، فراهم می‌شود. آفریدن چنین منبع خبر غیررسمی و قرار دادن عملکرد بر پایه‌های منطقی آن، خود نوعی

پویش فرهنگی جایگزین خواهد بود، زیرا کنشگران با تغییر مرجعیت حقیقت از خبر رسمی به دانش عام، امر روزمره را به امری ارتباطی و فرهنگی تبدیل کرده‌اند. مصاحبه‌شوندگان، درک خود را از پیام‌های زیست‌محیطی رسانه رسمی، به مثابه واکنشی که در تجارب خود از شبکه‌های تعاملات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی با حاکمیت در طول سال‌ها اندوخته‌اند، تفسیر و تجربه کرده‌اند. کنشگران در جامعه همواره در برابر شرایط و اخباری که زمینه تردید را در آنان آشکار می‌سازد، در تلاش برای یافتن جایگزینی در کسب خبر موثق خواهند بود و به این ترتیب، خود نیز به تفاسیری خودمحورانه که ناشی از شایعات و تجارب زیسته آنهاست، روی می‌آورند؛ اما نشانه‌ای وجود ندارد که این درک فردی بر پایه دیگر اخبار و دانش‌های ذخیره شده ناشی از آن، راهگشای رفتار بهینه در زمینه محیط زیست باشد.

هدف رویکرد استقرایی در روش نظریه‌مبنایی، توسعه مفاهیم است. آنچنان که استروس و کوربین نیز معتقدند؛ اساساً پژوهش کیفی و نظریه‌مبنایی در پی معنا دادن به داده‌ها هستند (ترجمه محمدی، ۱۳۸۵، ص ۳۹). بر این اساس، با تفسیر داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، این معنادهی به شکل الگو مدل پارادیمی زیر در آمده است.

#### مدل پارادیمی ۱- برای استحاله اعتبار خبر رسمی و پذیرش ریسک هدفمند شایعه



همچنان که نتایج پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد، افراد با مطرح کردن استیصال

خود در برابر مخاطرات زیستی و بهداشتی ناشی از آبیاری محصولات کشاورزی شهر تهران با فاضلاب تصفیه شده (و گاه نیز نشده)، در برابر ایمنی لحاظ شده و استاندارد مطرح شده از سوی مرجع رسمی مقاومت می‌کنند و با تن سپردن به شایعات و اخبار غیررسمی شبکه‌های اجتماعی و یا اخبار خارجی، به نوعی مقاومت پنهان دست می‌زنند. در میدان پژوهش، برخی از مصاحبه‌شوندگان، اخبار رسانه و سیاستگذاری‌های زیست‌محیطی مطرح شده در آن را، آمیخته با منفعت‌طلبی افراد و گروه‌هایی خاص می‌دیدند. در شرایط کاهش سرمایه نهادی و اعتماد حکومتی، راهبرد کنشگران، تلاش برای باز مفهوم‌سازی واقعیت به منظور خلاصی از بی‌اطلاعی یا وجود اطلاعات خدشه‌دار است. این روابط را می‌توان تحت عنوان استحاله خبر رسمی مطرح کرد که چیزی جز تن دادن به شایعه؛ همراه با ریسکی هدفمند یا همان فرار از خلأ بی‌اطلاعی و ترس از مخاطره نیست. این شکل از اطلاع‌یابی، کنشگران را وامی‌دارد تا از طریق ارتزاق اخبار غیررسمی، رسانه‌ای ساده و ارزان را با هدف بازسازی فضای مبهم دانش و برساخت جایگزینی برای اطلاعات رسانه ملی برگزینند.

رسانه با اعطای اعتبار اجتماعی به موضوع، برقراری رابطه بین موضوع و منافع شخصی شهروندان و قابل درک و فهم مخاطب ساختن برنامه‌ها، نقش مهمی در جلب اعتماد شهروندان ایفا می‌نماید. مخاطبان مانند اسفنج پیام‌های رسانه‌ها را جذب نمی‌کنند؛ آنان آنچه را می‌بینند، آن‌طور که می‌خواهند، تعبیر و تفسیر می‌کنند. برنامه‌سازان رسانه ملی پیش از تولید و پخش برنامه می‌توانند با طرح پرسش‌ها و پاسخ به آنها هم نفوذ مؤثری در جامعه داشته باشد و هم اعتماد بیشتر مخاطبان را جلب کنند. اینکه: مخاطب به کدام‌یک از موارد اطلاعاتی نیاز دارد، چه چیزی را می‌خواهد بداند، چه چیزی را از قبل می‌داند، چه چیزی را خواهد فهمید و از پذیرفتن چه چیزی امتناع خواهد کرد؟ همچنین برای تأثیرگذاری بیشتر بر افکار عمومی و کسب اعتماد شهروندان، پیام رسانه ملی باید دارای ویژگی‌های چهارگانه زیر باشد:

- توجه پیامگیر را به خود جلب کند.
- از نشانه‌هایی استفاده کند که با تجربه‌های مشترک پیام‌رسان و پیامگیر مرتبط باشد و بتواند معنی را برساند.
- نیازهای شخص گیرنده را برانگیزد و راهی برای ارضای آن نشان دهد.

● راهی برای ارضای نیاز مخاطب توصیه کند که با وضعیت طبقه و پایگاهی که پیامگیر در آن عضویت دارد، تناسب داشته باشد.

نتیجه آنکه در زمینه‌های حساسی که با سلامت افراد سروکار دارد، رسانه رسالت خطیری را بر عهده دارد و حرکت صحیح در این مسیر، سبب‌ساز مرجعیتی بی‌بدیل در شهروند خواهد شد. درخصوص واکاوی معنایی که شهروندان در ارتباط با اطلاع‌رسانی‌های زیست‌محیطی دارند، نه می‌توان آن را به عنوان درکی توأم با واقعیت و درستی در نظر گرفت و نه کاملاً جدا از این زمینه دانست. کدگشایی مخاطب، خود زمینه‌ساز فهم حقیقت است که خواه‌ناخواه خط‌مشی و رویه رفتاری را رقم می‌زند. از این رو، با توجه به فضای واقعی حاکم بر ذهن کنشگر، رسانه می‌تواند علاوه بر فهم بازخورد خود در جامعه، زمینه‌ساز همسویی و همگرایی را با توجه به خلأهای ادراکی فراهم آورد.

### منابع

- استروس، آنسلم و کوربین، جولیت. (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی، نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها (ترجمه بیوک محمدی). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بک، اورلیش. (۱۳۹۲). جامعه در مخاطره جهانی (ترجمه محمدرضا مهدی‌زاده). تهران: کویر.
- بلیکی، نورمن. (۱۳۸۴). طراحی پژوهش‌های اجتماعی (ترجمه حسن چاوشیان). تهران: نی.
- ذکایی، سعید. (۱۳۸۱). نظریه و پژوهش در روش‌های کیفی. فصلنامه علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۷، صص ۷۰-۴۱.
- ربانی، رسول. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی شهری. تهران: سمت.
- صالحی، صادق و طالبی صومعه‌سرای، مهشید. (۱۳۹۳). تحلیل کیفی موانع اجتماعی-فرهنگی استفاده از آب بازیافتی. مجله بازیافت آب، ۱(۱)، صص ۷۷-۶۷.
- غلام‌پورراد، مسعود. (۱۳۹۳). نقش رسانه در تغییرات خط‌مشی عمومی با استفاده از چارچوب‌بندی رسانه و تحلیل روایی خط‌مشی. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۱(۴)، صص ۶۰-۳۷.

فلیک، اووه. (۱۳۹۲). درآمدی بر تحقیق کیفی (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی.  
مارشال، کاترین و راسمن، کرچن. (۱۳۸۱). روش تحقیق کیفی (ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.  
محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی، ضدروش ۲، مراحل و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی. تهران: جامعه‌شناسان.  
محمدخانی ملکوه، محمد. (۱۳۸۹). ۵ خبرگزاری داخلی (ایسنا، ایرنا، ایلنا، فارس و مهر) خبرگزاری خارجی (رویترز، الجزیره، CNNT, NBC, BBC). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه.  
ویندال، سون و اولسون، جین. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.  
هاشم‌زهی، نوروز و مهدوی، سمیه‌سادات. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر اعتماد شهروندان کرمانی به اخبار شبکه یک تلویزیون. مجله مطالعات رسانه، ۷ (۱۸)، صص ۱۹۴-۱۷۷.

Barr, S; Ford, N.J. & Gilg, A.W. (2003). **Attitudes Toward Recycling Household Waste In Exeter, Devon, Quantitative & Qualitative**, Pp.3-4.

Bayard, B. & Jolly, C. (2007). Environmental Behavior Structure and Socio-Economic Conditions of Hillside Farmers, A Multiple - Group Structural Equation Modeling Approach. **The Journal of Ecological Economics**, Vol. 3, Pp. 24-31.

Borden, R.J & Schettino, A.P. (1979). Determinants of Environmentally Esponsible Behavior. **The Journal of Environmental Education**, Vol. 10, Pp. 35-39.

Dhiman, O.P. (2007). **Principles and Techniques of Education**. India: Kalpaz Publications.

Dunlap, R. & VanLiere, K. (1978). The New Environmental Paradigm, A Proposed Measuring Instrument and Preliminary Results. **The Journal of Environmental Education**, N. 9, Pp. 10-19.

- Dunlap, R. ; Vanliere, K; Mertig, A. & Emmet Jones, R. (2000). Measuring Endorsement of The New Ecological Paradigm, **A Revised NEP Scale. The Journal of Social Issues**, Vol. 56, No.3, Pp. 425-442.
- Grob, A. (1995). A Structural Model of Environmental Attitudes & Behavior. **The Journal of Environmental Psychology**, Vol. 15, Pp. 209-220.
- Hines, G. M.; Hungerford, H. R. & Toma, A. N. (1986). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior, A Meta-Analysis. **The Journal of Environmental Education**.
- Jeffrey, P. & Jefferson, B. (2002). **Public Receptivity Regarding In-House Water Recycling**; Results From A UK Survey; Paper Presented At The Enviro 2002 Convention and Exhibition; Melbourne; Australia.
- Julian, M. P. & Karcher, N. (2003). Factors Influencing Public Perceptions of Water Reuse; **CSIRO land and Water**.
- Kaiser, F.G.; Wolfing, S. & Fuhrer, U. (1999). Environmental Attitude and Ecological Behavior. **Journal of Phsycology**, Vol. 19, Pp. 1-19.
- Lyons, E. & Breakwell, G. M. (1994). Factors Predicting Environmental Concern and Indifference In 13- To 16-Year-Olds. **Environment and Behaviour**, Vol. 26, No. 2.
- Salehi, S. (2008). New Environmental Paradigm and Environmental Behavior, **Journal of Environmental Education**, Under Consideration.
- Schahn, J. & Holzer, E. (1990). Studies of Individual Environmental Concern, The Role of Knowledge, Gender, and Background Variables. **Environment and Behavior**, Vol. 22, No. 6, Pp.767-786.