

مصرف رسانه‌ای و تأثیر آن بر شهروندی محیط زیستی ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز

اصغر میرفردی^۱، درنا سلامتیان^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۹، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۷/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۰۳

Doi: 10.22034/RCC.2023.2011227.1072

چکیده

انسان از دیرباز با محیط زیست خود تعامل مداوم و پایدار داشته است. پس از انقلاب‌های علمی و صنعتی یا همان دوران مدرن، انسان با اعتقاد به توسعه و پیشرفت تکنولوژی به‌عنوان عاملی مهم برای دست یافتن به خوشبختی و رفاه، سعی بر تسلط و کنترل بر طبیعت نمود. محیط زیست شهری بر احساس، زندگی و کار بشر اثر گذاشته و از آن تأثیر می‌پذیرد و به دلیل درگیری تمام انسان‌ها با محیط زیست اگر این اثرپذیری مخرب باشد، معضلات محیط زیستی به وجود می‌آید. هدف از انجام این پژوهش، بررسی شهروندی محیط زیستی ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز و ارتباط آن با متغیرهای میزان مصرف رسانه‌ای و سن بود. روش پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه ساختمان بود. نمونه مورد مطالعه، ۱۰۴۵ نفر از ساکنان شهر شیراز بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی از نوع خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. برای ارزیابی اعتبار پرسشنامه از تحلیل عاملی و برای تعیین پایایی آن، از همابستگی درونی ابزار به روش آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان استفاده از رادیو و تلویزیون داخلی، روزنامه و کتاب و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (با جهت مثبت) و با توجه به استفاده از برنامه ماهواره (با جهت منفی) تفاوت معناداری داشت ولی با توجه به استفاده از برنامه رادیوهای فارسی‌زبان خارج از کشور، تفاوت معناداری نداشت. پاسخگویانی که بیشتر از برنامه‌های رادیو و تلویزیون داخلی استفاده می‌کنند و بیشتر کتاب و روزنامه مطالعه می‌کنند، و همچنین پاسخگویانی که در حد متوسط از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی استفاده می‌کنند، از شهروندی محیط زیستی بالایی برخوردارند. بین متغیر وابسته و سن ارتباط مثبت و معناداری وجود داشت. تحلیل رگرسیونی نشان داد متغیرهای مستقل مورد بررسی توانستند ۱۱/۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند. نتیجه اینکه رسانه‌ها در زمانه کنونی نقش مهمی در وضعیت شهروندی به‌ویژه شهروندی محیط زیستی برخوردارند.

واژگان کلیدی: شهروندی محیط‌زیستی، مصرف رسانه‌ای، محیط زیست، شیراز.

۱. دانشیار جامعه‌شناسی، بخش جامعه‌شناسی و برنامه ریزی اجتماعی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)
Email: amirfardi@shirazu.ac.ir

۲. دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز و دبیر جامعه‌شناسی آموزش و پرورش استان فارس.
Email: d.salamatian@gmail.com

۱. مقدمه و بیان مسئله

انسان از دیرباز با محیط زیست خود تعامل مداوم و پایدار داشته است. این ارتباط در طول دوره‌های مختلف دستخوش تغییرهای فراوانی بوده است (مثنوی، غلام‌پور و نفیسه، ۱۳۹۱: ۲). پیش از انقلاب صنعتی و در دوران باستان، محیط زیست از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است. پس از انقلاب‌های علمی و صنعتی یا همان دوران مدرن، انسان با اعتقاد به توسعه و پیشرفت تکنولوژی به‌عنوان عاملی مهم برای دست یافتن به خوشبختی و رفاه، سعی بر تسلط و کنترل بر طبیعت نمود و بدین ترتیب زمینه تخریب و از بین رفتن طبیعت را فراهم نمود (دانلاپ و کاتن، ۱۹۹۳: ۲۷۰). در واقع، مشکلات محیط‌زیستی، ناشی از اندیشه مادی‌نگر، سلطه‌جو و توسعه‌طلب انسان معاصر است (مهرآرا، مدانلو جویباری و زارع زیدی، ۱۳۹۶: ۸۶؛ زمانی مقدم و سعیدی، ۱۳۹۲: ۲۰) با افزایش نقش انسان در تخریب محیط‌زیست، مسائلی همچون اتلاف انرژی، تخریب منابع طبیعی، افزایش پسماند، افزایش شهرنشینی، آلودگی هوا، آلودگی خاک، افزایش ترافیک و... مورد توجه جامعه‌شناسان و پژوهشگران قرار گرفته است

کشور ایران نیز همچون سایر کشورهای جهان با بحران‌های محیط زیستی فراوانی روبرو شده است. ایران در سال ۲۰۰۵ رتبه هفدهم را در تولید گازهای گلخانه‌ای در جهان داشته است و این رتبه در سال ۲۰۱۴ به نهم تنزل پیدا کرده است (جوادی و امانی، ۱۳۹۷: ۱۴۰۱).

بر اساس اطلاعات مؤسسه اقتصاد تجارت، حدود ۴۳ درصد از جنگل‌های ایران بین سال‌های ۱۹۰۰ تا ۲۰۱۵ از بین رفته‌اند (لایلین، ۲۰۱۸: ۷). بر اساس گزارش سال ۲۰۱۸ سازمان ملل، کل فرسایش خاک در جهان ۲۴ میلیارد تن است و یک دوازدهم این رقم یعنی ۲ میلیارد تن در ایران است؛ درحالی‌که ایران یک‌صدم خاک جهان را دارد (درویش، ۱۳۹۸). فرسایش خاک در ایران ۲۵ تن و در دنیا حدود ۳ تا ۵ تن در هکتار است و این یعنی پنج برابر میانگین جهانی (ملکی، ۱۴۰۱). در سال ۱۴۰۰، بارندگی‌ها در ایران ۴۰ درصد کمتر از میانگین بلندمدت و حدود پنجاه درصد کمتر از سال قبل بود و یکی از خشک‌ترین سال‌های نیم‌قرن اخیر کشور را رقم زد (وظیفه، ۱۴۰۰).

شهر شیراز به‌عنوان یکی از کلان‌شهرهای بزرگ و مهاجرپذیر کشور با مسائل متعددی در حوزه محیط زیست

روبروست. آمارها در حوزه کاهش اراضی کشاورزی و باغ‌ها، میزان مصرف انرژی، افزایش جمعیت، آلودگی هوا و بسیاری دیگر از شاخص‌ها بیانگر وضعیت نامطلوب محیط زیستی شیراز است (برزگر، ۱۳۹۱؛ دیلم‌صالحی، ۱۳۹۳؛ سایت خبری تحلیلی شیراز ۱۴۰۰، ۱۴۰۱ و ایرنا، ۱۴۰۱)

شهروندی از واژه لاتینی سیویتاس گرفته شده و یک کلمه یونانی است. یونانی بودن این مفهوم نشان از قدمت چند هزارساله آن دارد و می‌توان عمر آن را به درازای مفاهیمی همچون دولت و حکومت دانست. شهروندی به‌طور خاص به برقراری عدالت و برابری توجه دارد و در نظریه‌های گوناگون سیاسی، حقوقی و اجتماعی جایگاه مهمی پیدا کرده است (ملکی، حیدری و حاجی مظفری، ۱۳۹۵: ۹۳). شهروند به کسی گفته می‌شود که از حقوق مدنی و سیاسی برخوردار است و در رابطه با جامعه خویش وظایفی به عهده دارد در واقع می‌توان گفت، شهروندی در میان کلیه انسان‌ها یکسان نیست (صالحی و بازوکی‌نژاد، ۱۳۹۳: ۹۲). این مفهوم، خاص اجتماعاتی است که قانون سیاسی دارند. کارکرد اصلی شهروندی، تعهد به احترام به حقوق دیگران و ایفای نقش در این حوزه است و مشارکت، هویت، وظایف و حقوق اجزای اصلی شهروندی محسوب می‌شوند (قلی‌زاده، ۱۳۸۵)

در دو دهه گذشته، شهروندی محیط‌زیستی، در مباحث توسعه و پایداری، حفاظت از محیط‌زیست، نظریه‌های سیاسی و نگرانی‌های محیط‌زیستی مطرح شده است. شهروند محیط‌زیستی بر مسئولیت شهروندان در قبال تمام موجودات تأکید می‌کند. «ما تنها موجودات دارای فهم هستیم و در سبک و شیوه زندگی خود باید زندگی تمام موجودات را در نظر داشته باشیم» (فیروزجائیان‌گلوگاه و شفیع، ۱۳۹۶: ۲۱). در واقع، شهروندی محیط‌زیستی مستلزم مسئولیت‌ها و حقوق‌هایی در زمینه محیط زیست است. منظور از حقوق، برخورداری از ارائه نظر، شرکت در مسائل محیط‌زیستی و داشتن یک محیط سالم و پاکیزه برای زندگی است. در بخش تکالیف نیز مسائلی همچون شرکت فعال در بحث‌های آزاد در رابطه با توسعه پایدار محیط‌زیستی، حفظ منابع برای نسل‌های آینده و موجودات دیگر مورد توجه است (قوام، ۱۳۸۲: ۵۲؛ زارع، عابدینی و گتایی، ۱۴۰۰: ۷۰).

هرگونه مطالعه در زمینه مسائل مهم و کلیدی جامعه، می‌بایست در راستای دستیابی به شناخت علمی و ارائه پیشنهادها کاربردی برای رفع و یا کاهش دامنه آن مسئله

محیط زیست ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. جواهری، مداحی و سیارخلج (۱۳۹۹) مقاله‌ای با عنوان سواد زیست‌محیطی و رسانه را با استفاده از روش پیمایش و استفاده از پرسشنامه بر روی ۳۸۴ نفر از ساکنان شهر تهران انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان مصرف رسانه‌ای و دانش زیست‌محیطی ارتباط مثبت و معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. همچنین، بین میزان تحصیلات، سن، وضعیت تأهل، میزان درآمد و سواد زیست‌محیطی ارتباط معناداری مشاهده شد.

آبادی، بیگ‌وردی، زمانی و پری‌زنگنه (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر رفتار محیط‌زیستی ۱۰۰۰ نفر از گردشگران استان‌های گلستان و مازندران پرداختند. آنان از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه بهره‌گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد که سطح سواد، سن و طول دوران تحصیل بر رفتار محیط‌زیستی گردشگران اثر مستقیم و معناداری دارند؛ اما متغیرهای وضعیت اشتغال، جنسیت، سطح درآمد و وضعیت تأهل اثر معناداری بر رفتار محیط‌زیستی گردشگران نشان ندادند.

اسفندیارپور، مرادی و جهانبخش (۱۳۹۹) مقاله‌ای با عنوان «فرهنگ محیط‌زیستی، هویت ملی و کیفیت زندگی» را با روش پیمایش و بهره‌گیری از ابزار پرسشنامه بر روی ۳۷۴ نفر از ساکنان ۱۶ سال به بالای شهر کرمان انجام دادند. نتایج نشان داد فرهنگ محیط‌زیستی ۱۰ سال پیش با هویت ملی امروزه و هویت ملی ۱۰ سال پیش ارتباط معنادار و مثبتی دارند. همچنین، هویت ملی افراد در خصوص توجه به محیط‌زیست ۱۰ سال پیش، بیشتر از امروزه بوده است.

میرفردی و سلامتیان (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی رفتار محیط‌زیستی و هویت ملی ۴۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه شیراز پرداختند و از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده کردند. نتایج پژوهش بیانگر ارتباط مستقیم و معنادار متغیرهای میزان تحصیلات، هویت ملی، هویت سیاسی و هویت تاریخی با رفتار محیط‌زیستی است.

همایونی‌مقدم، امیر مظاهری، نصرالله کاسمانی و رسولی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای به بررسی رابطه میزان مصرف رسانه‌ای و افزایش سواد زیست‌محیطی بر اساس سه بعد رفتار، نگرش و دانش بر روس ۳۸۴ نفر از شهروندان تهرانی پرداختند و از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه بهره‌جستند. نتایج نشان داد استفاده از رسانه‌ها با کسب رفتار، نگرش و دانش رابطه معناداری دارد و استفاده از رسانه، سواد

باشد. از آنجاکه شهروندان با افکار، اقدام‌ها و رفتارهای خود، می‌توانند در کاهش و از بین بردن مسائل محیط‌زیست شهری نقش مهمی را ایفا کنند؛ پژوهش کنونی بر آن بوده است تا به شناسایی علمی وضعیت شهروندی محیط‌زیستی ساکنان شهر شیراز و ارتباط آن با میزان مصرف رسانه‌ای بپردازد.

۲. پیشینه تحقیق

کیانی‌سلمی و فاطریان (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر حفظ محیط‌زیست در شهر کاشان پرداختند و از روش پیمایش و توصیفی تحلیلی استفاده کردند. آنان این پژوهش را بر روی ۳۰۰ نفر از شهروندان انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد متغیرهای آموزش‌های اجتماعی فرهنگی زیست‌محیطی، همبستگی اجتماعی، هویت فرهنگی، سرمایه فرهنگی، دانش زیست‌محیطی، مشارکت اجتماعی و دین‌داری بر حفاظت از محیط‌زیست اثر مثبت و معناداری دارند.

سلمان (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی هویت ملی، بازآفرینی دورریزها و ارزش‌های زیست‌محیطی ۳۰۰ نفر از شهروندان تهرانی پرداخت و از روش توصیفی تحلیلی استفاده کرد. نتایج نشان داد ارزش‌های زیست‌محیطی و بازآفرینی دورریزها با هویت ملی ارتباط مستقیم و معناداری دارند. همچنین بازیافت برای خلق اثر هنری ماندگار برای دستیابی به محیط‌زیست سالم و در راستای تأثیرگذاری بر جریان زندگی روزمره مؤثر بوده است.

صالحی و امام‌قلی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رفتار محیط‌زیستی، رسانه و فرهنگ ۴۳۷ نفر از شهروندان شهر سنندج پرداختند و از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده کردند. نتایج نشان داد رفتار محیط‌زیستی، نگرش و ارزش با میزان مصرف رسانه‌ای ارتباط مثبت و معناداری دارند؛ اما میزان مصرف رسانه‌ای ارتباط معناداری با آگاهی محیط‌زیستی نشان نداد.

رضائیان، جوزی و ملماسی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی مشارکت ساکنان منطقه ۹ تهران در حفاظت از محیط‌زیست پرداخته و از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده کردند. آنان این پژوهش را در بین جوانان ۲۹-۱۵ سال شهر بابل انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان تحصیلات، سابقه سکونت، جنسیت، وضعیت تأهل، سن و میزان مشارکت ساکنان با رفتارهای حفاظت از

زیست محیطی را تبیین می‌کند.

نوری و نیازی (۱۴۰۱) در تحقیقی به بررسی علت‌های مؤثر بر ارتکاب به جرائم محیط زیستی در شهر کاشان پرداختند. روش پژوهش آن‌ها پیمایش و ابزار مورد استفاده پرسشنامه بود. نمونه تحقیق آن‌ها، ۴۸۱ نفر از شهروندان ۱۶ تا ۷۰ ساله بودند. نتایج نشان داد فرهنگ شهروندی، هویت ملی، سرمایه فرهنگی، هویت شهری، دین‌داری، سرمایه اجتماعی و آگاهی محیط زیستی به شکل معکوس و معناداری بر جرائم محیط زیستی اثر دارند.

فرج‌زاده، کردی و جعفری (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی پدیدارشناسی عوامل مؤثر بر تولید محتوای محیط زیستی در فضای مجازی پرداختند. آنان این پژوهش را بر روی ۱۳ شرکت‌کننده تبریزی با روش پیمایش و استفاده از ابزار مصاحبه انجام دادند. در نهایت آنان به استخراج ۷ مقوله استفاده از شبکه‌های مجازی در تولید محتوای محیط‌زیستی، دغدغه‌مندی محیط‌زیستی، دانش محیط‌زیستی، سبک زندگی محیط‌زیستی، آموزش محیط‌زیستی، اثرات بازگشتی مداخله انسان در محیط زیست و نهادینه‌شدن ارزش‌های محیط زیستی دست یافتند.

هان، مسی کابه، وانگ و چونگ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای به بررسی مصرف اینترنت و ارتباط آن با رفتار محیط زیستی در بین ۱۰۴۳ نفر از گردشگران چینی با روش پیمایش و ابزار پرسشنامه پرداختند. آنان به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی در رفتار محیط زیستی مسئولانه گردشگران نقش بسزایی دارد.

ژو و هان (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی «تأثیر دل‌بستگی به مکان بر رفتارهای حامی محیط‌زیست: تأثیر تعدیل‌کننده رسانه‌های اجتماعی» در بین ۵۵۰ نفر از ساکنان چینی پرداختند و از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه یاری جستند. نتایج پژوهش نشان داد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای کسب آگاهی محیطی، رابطه بین رفتارهای مسئولانه محیط زیستی و دل‌بستگی به مکان را تعدیل می‌کند. همچنین، استفاده از رسانه‌های اجتماعی و دل‌بستگی به مکان برای کسب آگاهی محیطی، همبستگی مثبت و معناداری با رفتارهای طرفدار محیط زیست دارد. نتایج نشان داد، رسانه‌های اجتماعی نقش مهم‌تری نسبت به رسانه‌های سنتی در تأثیرگذاری بر رفتارهای مسئولانه محیط زیستی دارند.

میلفونت، اسبورن و یوگسواران و سیبلی (۲۰۲۰) در

پیمایشی ملی به بررسی نقش هویت ملی در اقدام جمعی حامی محیط زیست در بین ۱۳۹۴۲ نفر از ساکنان اندونزی پرداختند و از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده کردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد حدود ۹۰ درصد از پاسخگویان به داشتن نگرش سبز و پاک به‌عنوان مؤلفه اصلی هویت ملی اهمیت زیادی می‌دادند. همچنین، هویت ملی اثر معناداری بر نگرش مثبت و مسئولانه نسبت به طبیعت داشت.

هملیتون، دنگر و هاگر (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «تأثیر متغیرهای اجتماعی- ساختاری در نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده» را در شهر هنگ‌کنگ چین با روش فراتحلیل و در بین ۲۸۶۰ مقاله انجام دادند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که جنسیت، میزان تحصیلات، سن و میزان درآمد اثر مستقیم و معناداری بر رفتار محیط زیستی دارند.

کلینبرگا (۲۰۲۲) در مقاله‌ای به بررسی پوشش رسانه‌ای تغییرهای اقلیمی و چالش‌های مرتبط با محیط زیست در بین ۱۲۰ برنامه تلویزیونی و رادیویی و ۳۷۵۳ مقاله در لتونی پرداخت و به این نتیجه رسید که رسانه ملی، مهم‌ترین نقش را در ارائه اطلاعات محیط زیستی داشته است. همچنین، برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی و مقالات نقش مهمی در ارائه دانش تغییرهای آب و هوایی دارند.

نقد و بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در داخل و خارج از کشور نشانگر آن است که پژوهش‌های کمی در حوزه شهروندی محیط زیستی انجام شده است. در بیشتر پژوهش‌ها یکی از ابعاد شهروندی مورد مطالعه در این تحقیق همچون نگرش، دانش، مسئولیت‌پذیری و رفتار محیط زیستی مورد بررسی قرار گرفته است. اگرچه پژوهش‌های محیط زیستی گوناگونی در شهر شیراز انجام شده است اما شهروندی محیط زیستی مورد توجه آنان قرار نگرفته است. همچنین، انجام تحقیق بر روی ۱۰۴۵ نفر از ساکنان شهر شیراز یکی دیگر از نقاط مثبت این تحقیق است.

۳. هدف تحقیق

هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی رابطه میزان مصرف رسانه‌ای با شهروندی محیط زیستی ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز است.

۳.۱. سؤال‌های تحقیق

۱. آیا ارتباطی بین میزان مصرف رسانه‌ای و شهروندی

به ایجاد نگرش‌های مثبت محیط زیستی و در نهایت اقدام برای گسترش رفتارهای مسئولانه محیط زیستی می‌شود (هانگرفورد و ولک، ۱۹۹۰: ۱۸).

هانگرفورد و ولک پنج عامل زیر را عنصرهای اصلی شهروندی محیط زیستی دانستند:

۱. آگاهی: برای کمک به شهروندان در راستای بهبود و حفظ محیط زیست، می‌بایست حساسیت و آگاهی مردم را نسبت به این موضوع بالا برد.

۲. حساسیت: باید به مردم کمک کرد تا درکی سطحی و اولیه نسبت به محیط زیست و مسائل آن پیدا کنند. آنان باید دغدغه حفاظت از محیط زیست را داشته باشند و آن را به عنوان یک مسئله در نظر بگیرند.

۳. انگیزه: باید به مردم کمک کرد تا مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌های مسئولانه محیط زیستی را یاد بگیرند و نسبت به محیط زیست و مسائل فراروی آن، نگرانی داشته باشند. همچنین، انگیزه لازم برای مشارکت در فعالیت‌های مسئولانه محیط زیستی را به دست آورند و در این راستا به فعالیت بپردازند.

۴. مهارت: باید به مردم مهارت‌هایی را جهت حل مسائل محیط زیستی آموزش داد تا آنان بتوانند توانمندی خویش را در جهت حفاظت از محیط زیست انجام دهند.

۵. مشارکت: باید به مردم فرصت داد تا در حوزه محیط زیست مشارکت فعال داشته باشند و به ارائه راه‌حل برای برطرف نمودن مخاطرات و مشکلات محیط زیستی بپردازند (هانگرفورد و ولک، ۱۹۹۰: ۸).

نظریه گلوله جادویی یا سوزن تزریقی، پیام رسانه‌ها را همچون یک گلوله دانسته است که به ذهن مخاطب شلیک می‌شود. این نظریه، بر تأثیرپذیری مطلق مخاطبان از محتوای رسانه‌ها تأکید می‌کند (ساروخانی، ۱۳۹۵: ۳۷)؛ بنابراین نظریه، محتوای رسانه‌ها به صورت یکسان و قدرتمندی بر ذهن مخاطب تزریق می‌شود و آن‌ها نمی‌توانند از تأثیر این افکار فرار کنند.

این نظریه تحت تأثیر «پروپاگاندا» که بسیاری از مردم در طول جنگ جهانی دوم بدان اعتقاد داشتند، قرار داشت. بسیاری از مردم قبل از جنگ جهانی دوم بر این باور بودند که شخصی همچون هیتلر با استفاده از قدرت رسانه‌ها خواهد توانست در آمریکا به قدرت برسد (سورین و تانکار، ۱۳۹۳: ۲۵۲-۲۴۵).

محیط زیستی ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز وجود دارد؟

۲. آیا ارتباطی بین سن و شهروندی محیط زیستی وجود دارد؟

۴. ملاحظات نظری

۴.۱. نظریه‌های شهروندی محیط زیستی

از نظر دابسون، شهروند محیط زیستی می‌بایست یکی سری فعالیت‌ها همچون بازسازی، بازیافت، خدمت‌رسانی و تجدید را به منظور حفاظت از محیط زیست انجام دهد. به زعم وی، تغییر عادت‌های محیط زیستی مردم بیشتر از طریق تغییر نگرش و رفتار صورت می‌گیرد و مشوق مالی اثر چندانی بر تغییر سبک زندگی مردم ندارد. محرک‌های مالی در زمان کوتاه همچون یک روز می‌توانند نظر افراد را تغییر دهند اما تغییر رفتار و نگرش‌های محیط زیستی مردم به زمان زیادی نیاز ندارند (دابسون و بل، ۲۰۰۶: ۷۲).

از نظر دابسون سه عنصر قانون محوری، توجه به توسعه پایدار و عدالت محوری سه عنصر مهم شهروندی محسوب می‌شوند. منظور از قانون‌مداری این است که در برنامه و طرحی، پایبندی به قانون رکن اساسی تلقی می‌شود. در غیر این صورت ناکامل و بی‌فایده است. منظور از توجه به توسعه پایدار، توجه نسبت به ارزش‌ها و باورها است. ارزش‌ها و باورها می‌توانند مشکلات و مسائل محیط زیستی را دست‌به‌دستی کرده و اولویت ما را مشخص کنند. منظور از عدالت محوری، ایجاد برابری در تغییر رفتار محیط زیستی شهروندان است. به عبارت دیگر، تمام شهروندان می‌بایست در حقوق و تکالیف با یکدیگر برابر باشند.

سطوح تکالیف و حقوق شهروندی، می‌توان بین نسلی، ملی، محلی و یا بین‌المللی باشد؛ از این رو، برقراری عدالت در این حوزه دارای اهمیت بسیار است (دابسون، ۲۰۰۷: ۲۶۵-۲۷۰).

بنا بر نظر هانگرفورد و ولک (۱۹۹۰)، افزایش آگاهی شهروندان در حوزه محیط زیست منجر به ایجاد انگیزه برای تغییر رفتار محیط زیستی و حرکت به سمت رفتارهای مسئولانه در این حوزه پیش می‌رود. تفکر، آگاهی را به نگرش‌ها متصل کرده و نگرش‌ها منجر به تغییر رفتار می‌شوند؛ به عبارت دیگر افزایش آگاهی و اطلاعات منجر

۲.۴. نظریه‌های میزان مصرف رسانه‌ای

این نظریه در دهه ۱۹۴۰ توسط برلسون و لازارسفلد عنوان شد. بر اساس این نظریه، رسانه‌ها تنها می‌توانند به صورت محدود و در موضوعی خاص ذهن مخاطب را درگیر سازند؛ بنابراین رسانه‌ها نمی‌توانند به صورت کامل فکر و نظر مخاطب را درگیر سازند.

بنابراین نظریه، باید بین محتوای تولیدشده توسط رسانه‌ها و عقاید و باورهای مخاطب همخوانی وجود داشته باشد. در غیر این صورت فرد، تحت تأثیر رسانه قرار نمی‌گیرد.

بر اساس نظریه‌های لازارسفلد عواملی همچون خانواده، تحصیلات، نوع شغل سن و خانواده بر میزان اثرگذاری پیام‌ها نقش بسزایی دارد. ممکن است یک مخاطب بنا بر موقعیت و جایگاهی که در جامعه دارد، از یک پیام به شدت تأثیر پذیرد و مخاطب دیگر با ویژگی‌های دیگر، از آن پیام تأثیری نپذیرد؛ نظریه استحکام معتقد است، پیام‌ها می‌توانند باورهای قبلی فرد را تثبیت کنند و خود نمی‌توانند باعث ایجاد نگرش‌های نو در مخاطبان شوند (لازارسفلد، ۱۹۹۴: ۲۱۵).

از نظر برلسون و لازارسفلد، جریان انتقال پیام در دو مرحله صورت می‌گیرد در مرحله اول پیام به رهبران گروه‌های مختلف اجتماعی می‌رسد و در مرحله دوم، پس از تأیید رهبران به زیردستان و نزدیکان وی انتقال می‌باید. در واقع، رهبران، با انتخاب خویش برخی از پیام‌ها را به هدفی خاص به زیردستان خویش ارائه می‌کنند (لازارسفلد، برلسون و گودت، ۱۹۹۴: ۲۱۴).

نظریه برجسته‌سازی، با عقاید برنارد کوهن (۱۹۶۳) و والتر لیپمن آشکار شد؛ اما بررسی اهمیت تأثیر رسانه‌ها بر عقاید و افکار مخاطبان به وسیله مک کامبز و شاو (۱۹۷۲) مطرح شد. بر اساس نظریه برجسته‌سازی، این رسانه‌ها هستند که برای موضوعی خاص اهمیت بسزایی قائل می‌شوند و برخی دیگر از موضوعات را بی‌اهمیت جلوه می‌دهند. در واقع، این رسانه‌ها هستند که اهمیت نسبی موضوع‌های مختلف را مشخص کرده و به مخاطبان القا می‌کنند (مک‌کامبز و شاو، ۱۹۷۲: ۱۷۸).

یکی از عنصرهای اساسی در نظریه برجسته‌سازی مک‌کامبز و شاو، زمان است. به باور آن‌ها، زمان از چهار نظر دارای اهمیت است: (گیلاردی، گسler، کوبلی و مولر

، ۲۰۲۲).

۱. کل دوره یا چارچوب زمانی در نظر گرفته شده.
۲. بررسی میزان فاصله بین موضوعی که رسانه آن را دارای اهمیت می‌داند و موضوعی که از نظر مردم با ارزش تلقی می‌شود.

۳. مدت زمان برجسته‌سازی موضوع توسط رسانه‌ها.

۴. مدت زمان برجسته‌سازی توسط مخاطبان.

۵. همسویی میان موضوع مورد تأکید رسانه و مخاطبان. نظریه کاشت، در دهه ۱۹۶۰ و از طریق مطالعه جرج گرینر در مورد تأثیر تلویزیون بر مخاطبان، طرح گردید.

بنا نظر گرینر، تماشای رسانه‌های جمعی از جمله تلویزیون منجر به تغییر عقاید مخاطبان و همسویی نظر آنان با محتوای مورد نظر رسانه‌ها می‌شود. در واقع، مخاطبان دنیا را از چشم رسانه‌های جمعی می‌بینند نه آنچه در واقعیت وجود دارد؛ بنابراین هرچه فرد بیشتر به تماشای این‌گونه رسانه‌ها بپردازد، به همان میزان اثر بیشتری می‌پذیرد و عقایدش تغییر بیشتری می‌کنند (گرینر، گراس، مورگان و سیگنوریلی، ۱۹۹۴).

گرینر، تماشاگران تلویزیون را بر اساس ساعات مورد استفاده به دو دسته تقسیم می‌کند:

۱. بیننده پرمصرف: این نوع بیننده، برایش اهمیتی ندارد چه برنامه‌ای را تماشا کند و روزانه بیش از ۴ ساعت از وقت خویش را به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهد.

۲. بیننده کم‌مصرف: این نوع بیننده، برای محتوا و نوع برنامه‌ای که تماشا می‌کند، اهمیت خاصی قائل است. وی، کمتر از دو ساعت از وقت خویش را صرف تماشای تلویزیون می‌کند

به نظر گرینر، بیننده کم‌مصرف به علت استفاده از سایر منابع آگاهی بخشی، کمتر تحت تأثیر تلویزیون قرار می‌گیرد اما بیننده پرمصرف باورها و عقاید خویش را بر اساس افکار الفاشده توسط تلویزیون شکل می‌دهد (گیلاردی، گسler، کوبلی و مولر، ۲۰۲۲).

۳.۴. چارچوب نظری

برای انتخاب چارچوب نظری از نظریه‌هایی استفاده شد که به‌گونه‌ای برای تحلیل شیوه‌های نگرش و رفتاری مرتبط با محیط زیست به‌عنوان یک منبع و منفعت جمعی مناسب باشند. این چارچوب نظری نیازمند بهره‌گیری از نظریه‌هایی

۴-۵. فرضیه‌های تحقیق

به نظر بین میزان مصرف رسانه‌ای و شهروندی محیط زیستی در بین ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز رابطه وجود دارد. به نظر می‌رسد بین سن ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز و شهروندی محیط زیستی آن‌ها ارتباط وجود دارد.

۵. روش‌شناسی

مقاله حاضر، با رویکرد کمی و با استفاده از روش پیمایش انجام شد. جامعه آماری، زنان و مردان زنان ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز بودند. حجم نمونه مورد بررسی، بر اساس جدول لین (۱۹۷۶) و با در نظر گرفتن حجم جامعه (۲۳۳، ۲۸۰، ۱ نفر)، میزان خطای معنی‌داری (۳ درصد)، سطح معنی‌داری (۹۵ درصد) و میزان همگنی (۳۰-۷۰) ۸۹۵ مورد برآورد شد که برای افزایش دقت به ۱۰۴۵ نفر افزایش یافت. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری تصادفی از نوع خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. برای سنجش متغیر شهروندی محیط زیستی از پرسشنامه مشکینی (۱۳۹۵) و میرفردی، حیدری و دمساز (۱۳۹۶)، و برای سنجش متغیر میزان مصرف رسانه‌ای از پرسشنامه بیک خرقانی (۱۳۹۷) بهره‌گیری شد. جهت تعیین اعتبار مقیاس‌های تحقیق از اعتبار سازه به روش تحلیل عاملی تأییدی با چرخش واریماکس و جهت تعیین پایایی مقیاس‌های پژوهش، با توجه به سطح سنجش گویه‌ها، از همسانی درونی به روش آلفا کرونباخ استفاده شد که نتایج آن در «جدول ۱» آمده است. در نهایت داده‌های پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار spss تجزیه و تحلیل شد.

جدول ۱. نتایج تحلیل عاملی و ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه‌های متغیرهای شهروندی محیط زیستی و میزان مصرف رسانه‌ای.

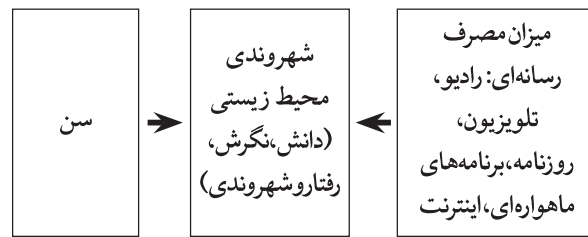
نام مقیاس	ابعاد هر مقیاس	تعداد گویه‌ها	مقدار KMO	معناداری بارزنت	ضریب آلفای کرونباخ
شهروندی محیط زیستی	نگرش محیط زیستی	۷	۰/۳۱۸	۰/۰۰۰	۰/۷۳
	مسئولیت‌پذیری محیط زیستی	۵			
	دانش محیط زیستی	۶			
	رفتار محیط زیستی	۱۳			
	کل	۳۱			۰/۸۸
میزان مصرف رسانه‌ای	-	۶	۰/۵۷۹	۰/۰۰۰	۰/۹۶

است که در پیوند با منافع عمومی و جمعی، هویت، تعامل و همگرایی باشد. چنین مفاهیمی را بیش از همه در نظریه‌های شهروندی محیط زیستی می‌توان یافت.

در بین نظریه‌های شهروندی محیط زیستی، نظریه هانگرفورد و ولک (۱۹۹۰) به این دلیل که به صورت همه‌جانبه به تبیین موضوع شهروندی محیط زیستی پرداخته، بر آگاهی، نگرش، دانش، رفتار، مهارت‌های علمی و عملی تأکید کرده و رویکردی اجتماعی دارد؛ به عنوان نظریه محوری برای تبیین شهروندی محیط زیستی به کار گرفته شد. بر پایه این نظریه، فرد دارای ویژگی‌های شهروندی محیط زیستی، دارای ویژگی‌هایی چون مسئولیت‌پذیری، دانش، نگرش و رفتار محیط زیستی در راستای بهبود شاخص‌های پایداری محیط زیستی و حفاظت از محیط زیست است.

یکی از دیگر از عواملی که می‌تواند سطح نگرش و دانش فرد را نسبت به موضوع محیط زیست متأثر سازد، میزان مصرف رسانه‌ای است. از آنجایی که هانگرفورد و ولک (۱۹۹۰) بر نقش سواد و آگاهی در وضعیت شهروندی محیط زیستی تأکید دارند و در دنیای کنونی رسانه‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین منابع دستیابی به آگاهی و اطلاعات است، با بهره‌گیری از این نظریه و همچنین نظریه برجسته‌سازی (۱۹۶۳) برای تبیین نقش رسانه‌ها در شهروندی محیط زیستی استفاده شد. طبق نظریه برجسته‌سازی (۱۹۶۳)، رسانه‌ها نحوه اندیشه و تفکر مردم نسبت به موضوعات مختلف از جمله محیط زیست را تحت تأثیر خویش قرار می‌دهند. به عبارت دیگر، محتوا و شیوه پرداختن به موضوع‌های گوناگون از جمله محیط زیست به برجسته‌سازی این مسئله می‌انجامد.

۴.۴. مدل تحقیق



مدل شماره یک: مدل عملیاتی تحقیق.

جدول ۲. یافته‌های توصیفی تحقیق.

متغیر	رده	درصد	متغیر	رده	درصد
جنسیت	زن	۵۰/۹	میزان تحصیلات	زیردیپلم	۱۱/۳
	مرد	۴۹/۱		دیپلم	۲۴/۵
	کل	۱۰۰		کاردانی	۱۶/۱
وضعیت تأهل	مجرد	۴۳	سن	کارشناسی	۳۲/۸
	متاهل	۵۴/۹		کارشناسی ارشد	۱۲/۶
	بیوه و مطلقه	۲		دکتری	۲/۸
	کل	۱۰۰		کل	۱۰۰
سن	۱۸-۳۰	۴۴/۶	سن	۵۷-۶۹	۶/۴
	۳۱-۴۳	۳۰/۶		۷۰-۸۱	۱
	۴۴-۵۶	۱۷/۳		کل	۱۰۰

بنا بر اطلاعات «جدول ۳»، متغیر «شهروندی محیط زیستی» در بردارنده ۳۱ گویه است، با توجه به این که بیشترین نمره، ۱۵۴ و کمترین نمره حاصل از این متغیر ۳۴ است، میانگین به دست آمده از کل گویه‌ها برابر با ۱۰۳/۶۳ است که از میانگین مورد انتظار (۹۳) بیشتر است. هر چه این میانگین کل بیشتر از عدد ۹۳ باشد، بیانگر میزان شهروندی محیط زیستی بیشتر در بین ساکنان شهر شیراز است. در واقع، میزان شهروندی محیط زیستی در بین ساکنان شهر شیراز، از میانگین مورد انتظار بیشتر است و در سطح بالا قرار دارد.

همچنین «جدول ۳» نشانگر آن است که بیشتر افراد مورد مطالعه، شهروندی محیط زیستی متوسطی داشتند. حدود ۱۱ درصد از آنان شهروندی محیط زیستی ضعیفی داشتند و حدود ۳۰ درصد از آن‌ها دارای شهروندی محیط زیستی قوی بودند.

جدول ۳. داده‌های توصیفی مربوط به میزان شهروندی محیط زیستی ساکنان شهر شیراز.

شرح	سطح شهروندی محیط زیستی			کل	
	پایین	متوسط	بالا		
تعداد	۱۱۷	۵۹۴	۳۰۹	۱۰۲۰	
درصد	۱۱/۵	۵۸/۲	۳۰/۳	۱۰۰	
تعداد گویه	بیشترین	کمترین	میانگین مشاهده شده	میانگین مورد انتظار	انحراف معیار
۳۱	۱۵۴	۳۴	۱۰۳/۶۳	۹۳	۲۵/۹۱

۵-۱. تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

شهروندی محیط زیستی: شهروند محیط زیستی به عضو یک جامعه گفته می‌شود که در حین داشتن انتظارات و مسئولیت‌های محیط زیستی، حقوقی نیز برایش در نظر گرفته شده است (پیری و قاسمی، ۱۳۸۸: ۲۰۶).

این متغیر از ترکیب ۴ بعد رفتار محیط زیستی، مسئولیت‌پذیری محیط زیستی، نگرش محیط زیستی و دانش محیط زیستی به دست آمده است و با طیف پنج سنج‌های لیکرت و مقیاس ترتیبی سنجیده شد. بعد رفتار محیط زیستی ۱۳ گویه، مسئولیت‌پذیری محیط زیستی ۵ گویه، بعد نگرش محیط زیستی ۷ گویه و بعد دانش محیط زیستی و رفتار محیط زیستی از خیلی کم تا خیلی زیاد بود که نمرات ۱ تا ۵ را به خود اختصاص دادند و گزینه‌های پاسخ بعد نگرش محیط زیستی و مسئولیت‌پذیری محیط زیستی از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم بود که نمرات ۱ تا ۵ را به خود اختصاص دادند.

میزان مصرف رسانه‌ای: میزان مصرف رسانه‌ای به میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های خارجی و داخلی همچون اینستاگرام، واتس‌آپ، سروش، ای‌تا و... وسایل ارتباط جمعی همچون رادیو، کتاب، تلویزیون و... گفته می‌شود (اسکولاری، ۲۰۱۳: ۱۴۱۹). این متغیر با طیف پنج‌سنج‌های لیکرت و مقیاس ترتیبی سنجیده شده است. گزینه‌های پاسخ این مقیاس از اصلاً تا بیش از سه ساعت و بود که نمرات ۱ تا ۴ را به خود اختصاص دادند.

۶- یافته‌های تحقیق

۱-۶. یافته‌های توصیفی

طبق اطلاعات «جدول ۲»، بیشتر پاسخگویان زن (۵۰/۹) و متأهل (۵۴/۹) بودند. به لحاظ میزان تحصیلات، حدود ۳۰ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی بودند که بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند. کمترین میزان تحصیلات مربوط به دارندگان مدرک دکتری بوده است. از نظر سنی، حدود ۴۵ درصد از پاسخگویان بین ۳۰ تا ۱۸ سال سن داشتند و کمترین پاسخگویان بین ۷۰-۸۱ سن سال داشتند.

جدول ۴. داده‌های توصیفی مربوط به میزان مصرف رسانه‌ای ساکنان شهر شیراز.

متغیر	تعداد گویه	بیشترین	کمترین	میانگین مشاهده‌شده	میانگین مورد انتظار	انحراف معیار
میزان مصرف رسانه‌ای	۶	۲۳	۶	۱۲/۳۵	۱۸	۲/۶۴

متغیر «میزان مصرف رسانه‌ای» دربردارنده ۶ گویه است. میانگین به‌دست‌آمده از کل گویه‌ها برابر با ۱۲/۳۵ است که از میانگین مورد انتظار (۱۸) که نشان‌دهنده میزان مصرف رسانه‌ای در حد متوسط است، کمتر است. درواقع، میزان مصرف رسانه‌ای در بین ساکنان شهر شیراز، از میانگین مورد انتظار کمتر است و در سطح پایین‌تری قرار دارد. (جدول ۴)

۶-۲. یافته‌ای استنباطی

وجود ندارد. بیش‌ترین میانگین (۱۰۵/۹۲) شهروندی محیط زیستی مربوط به افرادی است که کمتر از یک ساعت از رادیو فارسی‌زبان خارج از کشور استفاده می‌کنند و کم‌ترین میانگین (۱۰۳/۱۶) شهروندی محیط زیستی متعلق به افرادی است که اصلاً از رادیو فارسی‌زبان خارج از کشور استفاده نمی‌کنند.

با توجه به نتایج «جدول ۹»، بین شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی پاسخگویان تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. در بین زیرمجموعه‌های میزان استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، بیش‌ترین میانگین (۱۰۷/۲۴) شهروندی محیط زیستی مربوط به افرادی است که بیش از سه ساعت از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و کمترین میانگین (۹۷/۷۹) شهروندی محیط زیستی متعلق به افرادی است که کمتر از یک ساعت از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

نتایج «جدول ۵» نشان می‌دهد که بین شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان استفاده از روزنامه و کتاب پاسخگویان تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. در بین زیرمجموعه‌های میزان استفاده از روزنامه و کتاب، بیش‌ترین میانگین (۱۰۹/۳۹) شهروندی محیط زیستی مربوط به افرادی است که بیش از سه ساعت از روزنامه و کتاب استفاده می‌کنند و کم‌ترین میانگین (۱۰۰/۶۳) شهروندی محیط زیستی متعلق به افرادی است که اصلاً از روزنامه و کتاب استفاده نمی‌کنند.

یافته‌ها نشان داد متغیر سن در سطح ۹۹ درصد و مقدار ضریب همبستگی ۰/۱۳۷ ارتباط معناداری و مثبتی با شهروندی محیط زیستی داشت. هرچه سن افزایش یابد، شهروندی محیط زیستی قوی‌تر می‌شود. (جدول ۶)

برای بررسی رابطه وضعیت تفاوت معناداری شهروندی محیط زیستی ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز با توجه به میزان مصرف رادیو داخلی آن‌ها، از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. با توجه به نتایج «جدول ۵»، بین شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان مصرف رادیو داخلی پاسخگویان تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. بیش‌ترین میانگین (۱۱۹/۲۰) شهروندی محیط زیستی مربوط به افرادی است که بیش از سه ساعت از رادیو داخلی استفاده می‌کنند و کم‌ترین میانگین (۹۹/۱۳) شهروندی محیط زیستی متعلق به افرادی است که اصلاً از رادیو داخلی استفاده نمی‌کنند.

بین شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان مصرف تلویزیون پاسخگویان تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. بیش‌ترین میانگین (۱۰۸/۹۲) شهروندی محیط زیستی مربوط به افرادی است که بیش از سه ساعت از تلویزیون استفاده می‌کنند و کم‌ترین میانگین (۹۶/۵۳) شهروندی محیط زیستی متعلق به افرادی است که اصلاً از تلویزیون استفاده نمی‌کنند.

«جدول ۵» نشان‌گر آن است که بین شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان مصرف ماهواره پاسخگویان تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. در بین زیرمجموعه‌های میزان مصرف ماهواره، بیش‌ترین میانگین (۱۰۷/۵۲) شهروندی محیط زیستی مربوط به افرادی است که اصلاً از ماهواره استفاده نمی‌کنند و کم‌ترین میانگین (۹۷/۲۱) شهروندی محیط زیستی متعلق به افرادی است که بیش از سه ساعت از ماهواره استفاده می‌کنند.

همان‌طور که در «جدول ۵» مشاهده می‌شود بین شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان مصرف رادیو فارسی‌زبان خارج از کشور پاسخگویان تفاوت معناداری

جدول ۵. بررسی تفاوت میانگین شهروندی محیط زیستی ساکنان شهر شیراز بر اساس میزان مصرف رسانه‌ها.

متغیر مستقل	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معناداری
میزان استفاده از رادیو داخلی	۱۰۳/۶۳	۲۵/۹۲	۱۹/۹۶	۰/۰۰۰
میزان استفاده از تلویزیون	۱۳۰/۶۳	۲۵/۹۲	۸/۴۶	۰/۰۰۰
میزان استفاده از ماهواره	۱۰۳/۶۳	۲۵/۹۲	۷/۱۰	۰/۰۰۰
میزان استفاده از رادیو فارسی زبان خارج از کشور	۱۰۳/۲۰	۲۸/۹۹	۰/۵۲۱	۰/۶۶
میزان استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	۱۰۳/۶۳	۲۵/۹۲	۴/۸۵	۰/۰۰۲
میزان استفاده از روزنامه و کتاب	۱۰۳/۶۳	۲۵/۹۲	۷/۰۶	۰/۰۰۰

جدول ۶. ضرایب همبستگی سن و شهروندی محیطی زیستی ساکنان شهر شیراز.

متغیر مستقل	ضریب پیرسون	سطح معناداری
سن و شهروندی محیطی زیستی	۰/۱۳۷** P<0.01**	۰/۰۰۰

محیط زیستی افراد مورد مطالعه است. مقدار بتا در این رابطه برابر با ۰/۱۸۰- بوده است. در مرحله بعد، متغیر، استفاده نکردن از ماهواره، متغیر اثرگذار در شهروندی محیط زیستی به شمار می‌آید. مقدار بتا در این رابطه برابر با ۰/۱۱۲- است و مقدار ضریب تبیین به ۰/۰۶۵ درصد رسیده است. در سومین مرحله، متغیر استفاده کمتر از یک ساعت از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، وارد معادله شد. با وارد شدن این متغیر در معادله رگرسیونی، مقدار ضریب تبیین به ۰/۰۸۰ درصد رسیده است. در مرحله چهارم متغیر سن وارد معادله شد و مقدار ضریب تبیین به ۰/۰۹۱ رسید. مقدار بتا در این رابطه برابر با ۰/۱۱۳ است. در مرحله بعد متغیر استفاده نکردن از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، وارد معادله شد و مقدار ضریب تبیین به ۱۰/۱ درصد رسید. در مرحله ششم، متغیر استفاده بیش از چهار ساعت از رادیو داخلی، متغیر اثرگذار در شهروندی محیط زیستی به شمار می‌آید. مقدار بتا در این رابطه برابر با ۰/۸۸ است و مقدار ضریب تبیین به ۱۰/۷ درصد رسیده است. در هفتمین مرحله، متغیر استفاده نکردن از تلویزیون، وارد معادله شد. با وارد شدن این متغیر

در «جدول ۷»، رگرسیون گام‌به‌گام جهت مشخص نمودن مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر شهروندی محیط زیستی آورده شده است. متغیر اصلی پژوهش، ابعاد آن‌ها و متغیرهای زمینه‌ای و جمعیتی به صورت تصنعی شده در این آزمون آورده شده است. نتیجه رگرسیون نشان داد هفت متغیر در معادله رگرسیونی به‌عنوان مهم‌ترین متغیرهای تبیین‌کننده متغیر وابسته شهروندی محیط زیستی باقی ماندند. نتایج نشان داد که در نخستین مرحله، متغیر استفاده نکردن از رادیو داخلی، بیش‌ترین همبستگی تفکیکی را با شهروندی محیط زیستی داشته است. این متغیر به‌تنهایی قادر به تبیین ۰/۰۵ درصد از تغییرهای شهروندی

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره تأثیر متغیرهای مستقل بر شهروندی محیط زیستی (به روش گام‌به‌گام).

مرحله	متغیر	R	R ²	sig	T	B	Beta
	مقدار ثابت	-	-	۰/۰۰۰	۳۵/۳۲	۱۰/۱۵۱	-
۱	استفاده نکردن از رادیو داخلی	۰/۲۲۶	۰/۰۵	۰/۰۰۸	-۵/۶۰	-۹/۶۲	-۰/۱۸۰
۲	استفاده نکردن از ماهواره	۰/۲۵۵	۰/۰۶۵	۰/۰۰۰	۳/۴۲	۵/۹۰	۰/۱۱۲
۳	استفاده کمتر از یک ساعت از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	۰/۲۸۳	۰/۰۸۰	۰/۰۰۰	-۵/۵۰	-۱۲/۰۵	-۰/۱۷۱
۴	سن	۰/۳۰۱	۰/۰۹۱	۰/۰۰۰	۴/۱۳	۰/۲۸۳	۰/۱۳۸
۵	استفاده نکردن از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	۰/۳۱۸	۰/۱۰۱	۰/۰۰۳	-۳/۸۸	-۱۱/۸۷	-۰/۱۳۲
۶	استفاده بیش از چهار ساعت از رادیو داخلی	۰/۳۲۷	۰/۱۰۷	۰/۰۰۰	۲/۷۸	۱۰/۸۵	۰/۰۸۸
۷	استفاده نکردن از تلویزیون داخلی	۰/۳۳۶	۰/۱۱۳	۰/۰۰۰	-۲/۶۰	-۵/۴۸	-۰/۰۸۱
۸	استفاده بیش از چهار ساعت از ماهواره	۰/۳۴۳	۰/۱۱۸	۰/۰۰۱	-۲/۲۹	-۵/۰۶	-۰/۰۸۴

رسانه‌ای پردازد. یافته‌های تحقیق نشان داد میزان شهروندی محیط زیستی در بین ساکنان شهر شیراز از میانگین مورد انتظار بیشتر است. با توجه به عدم اختلاف گسترده بین میانگین مورد انتظار و میانگین مشاهده‌شده و این نتیجه که بیشتر ساکنان شهر شیراز شهروندی محیط زیستی متوسطی داشتند، می‌توان گفت که نگرش و دانش شهروندان نسبت به محیط زیست به طور کامل مسئولانه نیست و باید اقدام‌هایی در جهت تغییر دانش و افزایش دانش شهروندان صورت گیرد تا بدین وسیله به سمت رفتارهای مثبت محیط زیستی گام بردارند و مسئولیت‌پذیری محیط زیستی آن‌ها افزایش یابد.

یافته‌های تحقیق نشان داد که بین شهروندی محیط زیستی با توجه به میزان استفاده از برنامه‌های رادیو داخلی و تلویزیون داخلی، ماهواره، اینترنت و روزنامه و کتاب تفاوت معناداری وجود داشت و استفاده‌کنندگان از رادیو و تلویزیون داخلی و کتاب و روزنامه از شهروندی محیط زیستی بالایی نسبت به کسانی که استفاده نمی‌کردند برخوردار بودند، کسانی که بیشتر از برنامه ماهواره استفاده می‌کنند، از شهروندی محیط زیستی پایین‌تری برخوردارند. همچنین کسانی که در سطح میانه از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، در مقایسه با آنها که اصلاً استفاده نمی‌کنند و یا استفاده بالایی دارند، از شهروندی محیط زیستی بالایی برخوردارند. این یافته با نتایج پژوهش صالحی و امام‌قلی (۱۳۹۸)، همایونی مقدم و همکاران (۱۴۰۱)، فرج‌زاده، کردی و جعفری (۱۴۰۲)، هان و همکاران (۲۰۱۸)، ژو و هان (۲۰۱۹)، کلینبرگ (۲۰۲۲) و نظریه برجسته‌سازی (۱۹۶۳) و نظریه هانگرفورد و ولک (۱۹۹۰) هم‌راستا است. هانگرفورد و ولک (۱۹۹۰)، نقش سواد و آگاهی را در وضعیت شهروندی محیط زیستی اثربخش می‌دانند. نظریه برجسته‌سازی (۱۹۶۳)، بر نقش اهمیت موضوع‌های مختلف توسط رسانه‌ها تأکید می‌کند. بر اساس نظریه‌های آن‌ها می‌توان استدلال کرد که آموزش رسانه‌ای فرصت مهمی برای افزایش اطلاعات و آگاهی مردم نسبت به تهدیدات و مشکلات وارده بر حوزه محیط زیست در سطح ملی و بین‌المللی است. اطلاع‌رسانی‌ها درباره محیط زیست باید متناسب با ویژگی‌های سنی، شغلی و تحصیلی هر قشر و قومی باشد. رسانه‌ها، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی به‌واسطه قدرت و جایگاه انتشار اطلاعات

در معادله رگرسیونی، مقدار ضریب تبیین به ۱۱/۳ درصد رسیده است.

در مرحله بعد متغیر استفاده بیش از چهار ساعت از ماهواره، وارد معادله شد و مقدار ضریب تبیین به ۰/۱۱۸ رسید. مقدار بتا در این رابطه برابر با ۰/۰۸۴- است. در مجموع، متغیرهای وارد شده به معادله تحلیلی ۱۱/۸ درصد از تغییرهای متغیر وابسته را تبیین نموده‌اند.

۷. بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر محیط زیست و مشکلات فرار روی آن مورد توجه پژوهشگران و جامعه‌شناسان قرار گرفته است. آن‌ها بسیاری از این مشکلات را ناشی از تفکرات و رفتارهای انسان می‌دانند. ایران وضعیت نامناسبی در زمینه محیط زیست دارد. رتبه کشورمان در میزان مصرف انرژی، تولید گازهای گلخانه‌ای، وسعت جنگل‌ها، میزان مصرف آب، بیابانی شدن، خشک‌سالی و... نشان از وضعیت نگران‌کننده محیط زیست است.

شهر شیراز به‌عنوان یکی از قطب‌های اصلی جنوب کشور و کلان‌شهر بزرگ ایران با مشکلات گوناگونی در زمینه محیط زیست روبروست. افزایش میزان مصرف آب، افزایش جمعیت، آلودگی هوا، کاهش اراضی طبیعی و کشاورزی و... از جمله مسائلی است که این شهر با آن روبروست. پیامدهای تخریب محیط زیست متوجه همه جهان است. آسیب زدن به جزئی از طبیعت می‌تواند خطری بزرگ برای محیط زیست به وجود آورد. رهایی از این مشکلات، معطوف به تغییر روش و همیاری همگان است. از این رو، نمی‌توان از نقش بازیگران اصلی، یعنی شهروندان، چشم‌پوشی کرد.

شهروندان با نگرش‌ها و اقدام‌های خود می‌توانند در از بین بردن و کاهش مسائل محیط زیست شهری نقش مهمی را ایفا کنند. آن‌ها باید دانش و اطلاعات خود را افزایش داده و حساسیت زیادی نسبت به محیط پیرامون خود و مشکلات آن داشته باشند تا بدین وسیله در کاهش مشکلات شهری و محیط زیستی نقشی فعال داشته باشند. نمود این رفتارها در زندگی مردم شهر به معنای تحقق رفتار شهروندی محیط زیستی است (فیروزجائیان و شفیع، ۱۳۹۶: ۲۱).

این مطالعه بر آن بوده است تا به تبیین شهروندی محیط زیستی ساکنان شهر شیراز و رابطه آن با میزان مصرف

می‌توانند ابزاری مؤثر برای آموزش رفتارها و شیوه‌های حفاظت از محیط زیست باشند. رسانه‌ها با نمایش مشکلات محیط زیستی و پیامدهای این اقدام‌ها، مخاطبان را به لحاظ شناختی برای پذیرش الگوهای رفتاری مسئولانه در حوزه محیط زیست مناسب آماده می‌کنند. در واقع، رسانه‌ها با بیان و پخش مشکلات محیط زیستی و برجسته کردن موضوع‌های محیط زیستی به ترویج باور نگرش‌های مسئولانه در این حوزه کمک می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی بر نگرش و ادراک‌های مردم در حوزه اصلاح اقدامات محیط زیستی اثر می‌گذارند و میزان اثرگذاری آن‌ها به پذیرش محتوای پیام و میزان اعتماد بستگی دارد. مخاطبانی که زمان زیادی در معرض پیام‌های محیط زیستی قرار می‌گیرند، بیشتر تحت تأثیر پیام‌های محیط زیستی قرار می‌گیرند و رفتار و آن‌ها بیشتر به سمت رفتارهای مسئولانه در این حوزه جهت پیدا می‌کند. در واقع، رسانه‌ها با پخش و بیان مشکلات محیط زیستی و برجسته کردن موضوع‌های محیط زیستی به ترویج باور و نگرش‌های مسئولانه در این حوزه کمک می‌کنند.

رسانه‌ها از طریق الگوسازی تبلیغات قادرند وضعیت پیشین، کنونی و آینده محیط زیست را برای مردم بازنمایند و انسان را از نتایج اقداماتش در این حوزه آگاه سازند. به بیان دیگر، امروزه شهروندان به واسطه بهره‌مندی از فناوری ارتباطات و اطلاعات می‌توانند اطلاعات محیط زیستی بالایی به دست آورند و حساسیت آن‌ها نسبت به امور محیط زیستی بیشتر شود.

بر اساس این نظریه‌ها می‌توان گفت، افزایش میزان استفاده از رسانه‌هایی که به محیط زیست توجه نمایند، می‌تواند نقش مؤثری در افزایش اطلاعات محیط زیستی داشته باشد. به بیان دیگر، با افزایش اطلاعات، مردم نسبت به محیط زیست و پیامدهای تخریب آن آگاهی بیشتری پیدا می‌کنند و این افزایش آگاهی به تغییر نگرش و رفتار آن‌ها کمک کرده و آن‌ها را به سمت رفتارهای مسئولانه

محیط زیستی سوق می‌دهد.

نتایج پژوهش نشان داد که سن ارتباط معنادار و مثبتی با شهروندی محیط زیستی ساکنان شهر شیراز دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سن، وضعیت شهروندی محیط زیستی ساکنان شهر شیراز بهبود می‌یابد. این نتیجه با یافته پژوهش رضائیان، جوزی و ملسامسی (۱۳۹۸)، آبادی و همکاران (۱۳۹۹)، هملیتون، دنگر و هاگر (۲۰۲۱) و نظریه هانگرفورد و ولک (۱۹۹۰) همخوانی دارد. بر اساس این نظریه می‌توان گفت، افراد با سنین بالاتر به دلیل تجربه زیسته‌شان در جامعه و جامعه‌پذیری کامل‌تری که نسبت به جوان‌ها و نوجوان‌ها دریافت کرده‌اند، آگاهی و شناخت بیشتری درباره محیط زیست و اقدام‌های مناسب در این حوزه به دست آورده‌اند و رفتار محیط زیستی عقلانی‌تر و واقع‌بینانه‌تری در مقایسه با افراد جوان‌تر دارند.

با توجه به وجود رابطه مثبت و معنادار بین میزان مصرف رسانه‌ای با شهروندی محیط زیستی که نشانگر نقش سازنده رسانه‌ها برای ترویج گفتمان محیط زیستی است، پیشنهاد می‌شود تلاش و برنامه‌ریزی لازم به منظور ترویج گفتمان محیط زیستی و توسعه پایدار در جامعه انجام شود. در راستای ترویج چنین گفتمانی با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای، پیشنهاد می‌گردد کارشناسان علوم رفتاری و اجتماعی و متخصصان حوزه محیط زیست به تولید محتوای محیط‌زیستی، مخاطرات فراروی محیط‌زیست، پیامدهای تخریب محیط زیست برای زندگی بشر پردازند و بدین وسیله به بهبود رفتار و آگاهی محیط زیستی شهروندان کمک نمایند؛ بنابراین فعالیت‌های اجرایی زیر در این زمینه پیشنهاد می‌گردد:

۱- تولید و پخش فیلم، عکس، متن و کلیپ با محتوای محیط زیستی با استفاده از رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری.

۲- نقش آفرینی فعالان محیط زیست و گفت‌وگو با آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی.

منابع

- آبادی، محمد؛ بیگوردی، پرستو؛ زمانی، عباس‌علی؛ پری زنگنه، عبدالحسین (۱۳۹۹)، بررسی دانش و عوامل مؤثر بر رفتار محیط زیستی گردشگران شمال کشور (مطالعه موردی: استان‌های زنجان و گلستان)، علوم و فناوری محیط زیست، ۲۲ (۶)، ۲۱۹-۲۰۳.
- اسفندیارپور، جمیله؛ مرادی، علی؛ جهانبخش، اسماعیل (۱۳۹۹)، رابطه بین کیفیت زندگی و هویت ملی با فرهنگ محیط زیستی (مورد مطالعه شهر کرمان)، علوم اجتماعی، ۱۷ (۲)، ۶۱-۷۹.
- برزگر، زهرا (۱۳۹۱)، شهرنشینی و تأثیرهای آن بر امنیت غذا، آب و انرژی در ایران نمونه موردی: شهر شیراز، برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۲ (۵)، ۶۳-۵۴.
- بیک‌خرقانی، مریم (۱۳۹۷)، بررسی تطبیقی علل و عوامل تفاوت مصرف رسانه‌ای در بین زنان و مردان کارمند (مطالعه موردی کارمندان سازمان بنادر و دریانوردی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران مرکزی، تهران، ایران.
- پیری، مریم؛ قاسمی، ناصر (۱۳۸۸)، بررسی حقوقی قضایی چگونگی و نقش اعمال حقوق شهروندی در محیط زیست، علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۱۱ (۳)، ۲۱۲-۲۰۵.
- جوادی، امیررضا؛ امانی، مژگان (۱۳۹۷)، طراحی سامانه مدیریت محیط زیست بر مبنای استاندارد، تهران، ایران: انتشارات آریانتش.
- جواهری، فاطمه؛ مداحی، جوادی؛ سیارخلج، حامد (۱۳۹۹)، رسانه و سواد زیست محیطی بر اساس نمونه‌ای منتخب از ساکنان شهر تهران، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۶ (۵۸)، ۵۵-۳۴.
- حسینی، وجیهه؛ صنعت‌جو، اعظم؛ شریف، عاطفه؛ امین‌زیدی، امیر (۱۳۹۸)، واکاوی انواع هویت در داستان‌های نوجوانان بر اساس نظریه روانی-اجتماعی اریکسون. پژوهش‌های کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۳۱-۱۳.
- درویش، محمد (۱۳۹۸)، وضعیت آب، خاک، هوا و تنوع زیستی فاجعه محیط زیستی در ایران به زبان ساده، <https://fararu.com/fa/news>
- دیل‌صالحی، بهروز (۱۳۹۳)، تحول مفهوم شهروندی در فرایند جهانی شدن. فصلنامه علوم سیاسی، ۱۰ (۲۹)، ۱۱۴-۹۱.
- رضائیان، سیاوش؛ جوزی، علی؛ ملامسی، سعید (۱۳۹۸)، بررسی نقش مشارکت شهروندان در حفاظت از محیط زیست شهری (مطالعه موردی: منطقه ۹ شهرداری تهران)، محیط زیست و توسعه فرابخشی، ۴ (۶۶)، ۷۰-۵۹.
- زارع، بیژن، عابدینی، عیسی، و گتایی، کرم (۱۴۰۰)، ارائه مدل ساختاری شهروندی زیست محیطی بر مبنای شهریت و سرمایه فرهنگی در بین شهروندان تبریز، جامعه‌شناسی اقتصاد و توسعه، ۱۰ (۲)، ۸۹-۶۵.
- زمانی مقدم، افسانه، و سعیدی، مهدیه (۱۳۹۲)، بررسی تأثیر آموزش محیط زیست بر ارتقای دانش، نگرش و مهارت معلمان مقطع ابتدایی منطقه آموزش و پرورش ۱۲ تهران. محیط زیست و توسعه پایدار، ۳ (۱)، ۳۰-۱۹.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۵)، جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران، ایران: اطلاعات.
- سایت خبری تحلیلی شیراز ۱۴۰۰ (۱۴۰۱)، نابودی باغ ۱۱ هزار متری ناصری در کوچه ۵۹ قصرالدشت در کمتر از ۴ سال، <https://shiraz1400.ir/?p=46367>
- سلمان، صدیقه (۱۳۹۸)، بازآفرینی دورریزها، با توجه به هویت ملی و ارزش‌های زیستی، تحقیقات جدید در علوم انسانی، ۱۹، ۱۷۸-۱۶۵.
- سورین، ورنر جوزف، و جیمز، تانکارد (۱۳۹۳)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، ایران: انتشارات صالحی، صادق؛ امام‌قلی، لقمان (۱۳۹۸)، رسانه، فرهنگ و رفتارهای محیط زیستی (مطالعه موردی: شهروندان سنندج)، جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۱ (۱)، ۷۱-۴۸.
- صالحی، صادق؛ پازوکی‌نژاد، زهرا (۱۳۹۳)، تحلیل اجتماعی نقش شهروندی محیط زیستی در مقابله با پیامدهای تغییر آب‌وهوا، جامعه‌شناختی شهری، ۴ (۱۱)، ۱۴۷-۱۲۸.
- فرج‌زاده، مهدیه؛ کردی، ناهید؛ جعفری، علی (۱۴۰۲)، مطالعه پدیدارشناسی عوامل مؤثر بر تولید محتوای محیط‌زیستی در بین کنشگران حوزه محیط زیست در فضای مجازی (مورد مطالعه: شهر تبریز)، پژوهش‌های ارتباطی، ۳۰ (۱۱۳)، ۱۵۱-۱۲۵.
- فیروزجائیان گلوگاه، علی‌اصغر؛ شفیعی، آزاده (۱۳۹۶)، آسیب‌شناسی شهروندی زیست محیطی با تأکید بر

- علیرضا (۱۳۹۶)، بررسی نقش حفاظت از محیط زیست در توسعه پایدار، شباک، ۱۰ (۲۹)، ۹۶-۸۴.
- میرفردی، اصغر، و سلامتیان، درنا (۱۴۰۰)، بررسی رابطه هویت ملی و رفتار محیط زیستی در بین دانشجویان رشته‌های علوم انسانی دانشگاه شیراز، مطالعات ملی، ۲۲ (۴)، ۱۳۷-۱۵۹.
- میرفردی، اصغر؛ حیدری، آرمان؛ دمساز، طیبه (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری بر رفتارهای محیط زیستی با میانجی‌گری رسانه‌ها (نمونه موردی: شهر اهواز)، آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، ۶ (۱)، ۵۵-۶۸.
- نوری، زهرا، و نیازی، محسن (۱۴۰۱)، ارائه مدل علی بررسی متغیرهای مؤثر بر ارتکاب به جرائم محیط زیستی (مورد مطالعه: شهر کاشان)، محیط زیست و توسعه فرابخشی، ۷ (۷۸)، ۷۰-۵۶.
- همایونی مقدم، فاطمه؛ امیرمظاهری، امیرمسعود؛ نصراللهی کاسمانی، اکبر؛ رسولی، محمدرضا (۱۴۰۱)، بررسی رابطه تماشای تلویزیون و افزایش سواد زیست‌محیطی براساس سه بعد دانش، نگرش و رفتار (مطالعه موردی: شهروندان تهرانی)، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۳ (۳)، ۱۱۸-۱۰۳.
- وظیفه، امین (۱۴۰۰)، دوره خشک‌سالی طولانی خواهد بود، مردم و مسئولان به‌هوش باشند، پایگاه اطلاع‌رسانی دیارمیرزا، <https://diarmirza.ir/?p=627483>
- Abadi, M, Beigverdi, Zamani, A, PariZanganeh, A. (2021). Assessment of Environmental Knowledge and Factors Influencing Environmental Behavior Among Tourists in North Iran (A case study in Zanjan & Golestan provinces). *Environment Science and Technology*, 22 (6), 203-219.
- Analytical news site of Shiraz 1400. (1401). The destruction of the 11,000-meter Naseri garden in Qasr al-Dasht alley 59 in less than 4 years. <https://shiraz1400.ir/?p=46367>.
- Barzegar, Z. (2011). Urbanization and its effects on food, water and energy security in Iran, a case study: Shiraz city. *Regional Planning*, 2 (5), 54-63.
- Beickkhani, M. (2018). *A comparative study of the causes and factors of the difference in media consumption between male and female employees (case study of Ports and Maritime Organization employees)*. Master's degree, Central Tehran, Iran.
- Castles, E. (2002). *The rise of the network society* (مورد مطالعه: شهروندان شهر یزد)، مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۸ (۲۵)، ۴۲-۱۹.
- قلی‌زاده، ولی (۱۳۸۵)، جایگاه حقوق شهروندی و حق حریم در مباحث حقوق بشر، مجموعه مقالات همایش حقوق شهروندی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماکو، ارومیه.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات (جلد دوم: قدرت هویت). ترجمه علی پایا، تهران: انتشارات طرح نو.
- کیانی سلمی، صدیقه؛ شاطریان، محسن (۱۳۹۶)، شناسایی عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر حفظ محیط زیست (مطالعه موردی: شهروندان کاشان)، محیط زیست و توسعه پایدار، ۶ (۲)، ۱۱۶-۱۰۱.
- مشکینی، قاسم (۱۳۹۵)، بررسی رابطه جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی (مطالعه موردی مناطق ۳ و ۱۱ و ۱۹)، پایان‌نامه کارشناسی/ارشد، علوم اجتماعی دانشگاه شاهد، تهران، ایران.
- ملکی، امیر؛ حیدری، یحیی؛ حاجی مظفری، سارا (۱۳۹۵)، شهروندی و سواد رسانه‌ای بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه‌ای در بین شهروندان زنجان، پژوهش‌نامه توسعه اجتماعی فرهنگی، ۵، ۱۰۸-۹۲.
- ملکی، حوریه (۱۴۰۱)، فرسایش، خنجری بر تن خاک ایران، روزنامه ایران، <https://www.magiran.com/article/4323739>
- مهرآرا، اسدالله؛ مدانلوجویباری، سپیده؛ زارع زیدی، (Power and Identity). Translated by Ali Paya, Tehran, Iran: New design publications.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Darvish, M. (2019). The state of water, soil, air and biological diversity of environmental disaster in Iran in simple language. <https://fararu.com/fa/news>.
- Deilam Salehi, B. (2015). National Citizenship, Global Citizenship, Globalization, Government, Citizenship Rights. *Journal of Political Science*, 10 (29), 91-114.
- Dobson, A. (2007). Environmental Citizenship: Towards Sustainable Development. *Sustainable Development*, 15 (5), 276-285.
- Dobson, A., & Bell, D. (2006). *Environmental citizenship*. The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England.

- Dunlup, R. E., & Catton, W.R. Jr. (1993). Towards an ecological sociology: the development, current status and probable future of environmental sociology. *The Annual of the International Institute of Sociology*, 3, 268-284.
- Esfandiarpour, J, Moradi, A, Jahanbakhsh, E. (2021). The Relationship between Quality of Life and National Identity with Environmental Culture: A Case Study in Kerman. *Sociology*, 17 (2), 33-64.
- Farjzade, M., Kordi, N., & Jafari, A. (2023). Phenomenological Study of Factors Affecting the Production of Environmental Content Among Environmental Activists in Virtual Space (Case: Tabriz). *Communication Research*, 30 (113), 125-151.
- Firoozjaeyane ghaloogah, A., & Shafiee, A. (2017). Pathology of environmental citizenship with emphasis on environmental indifference (case study: citizens of Yazd city). *Urban sociological studie*, 8 (25), 19-42
- Gerbner, G., Larry, G., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). *Growing up with television: The cultivation Perspective*. New Jersey.
- Gholizade, V. (2005). *The position of citizenship rights and the right to privacy in human rights issues*. Proceedings of the Civil Rights Conference of Islamic Azad University, Mako branch, Orumieh.
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social media and political agenda setting. *Political Communication*, 39 (1), 39-60.
- Hamilton, K., van Dongen, A., & Hagger, M. S. (2020). An extended theory of planned behavior for parent-for-child health behaviors: A meta-analysis. *Health Psychology*, 39 (10), 863-878.
- Han, W., McCabe, S., Wang, Y., & Chong, A. Y. L. (2018). Evaluating user-generated content in social media: an effective approach to encourage greater pro-environmental behavior in tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, 26 (4), 600-614.
- Homayounie Moghadam, F., Amir Mazaheri, A., Nasrollahi Kasmani, A., & Rasouli, M. Analysis of the Relationship between Watching TV and Increasing Environmental Literacy Based on the Three Dimensions of Knowledge, Attitude, and Behavior (Case Study: Tehran Citizens). *Geography and Environmental Behavior*, 33 (3), 103-118.
- Hoseini, V., Sanatjoo, A., Sharif, A., & Aminyazdi, A. (2019). Evidence of identity in adolescence stories based on Ericsson's psychosocial theory. *Academic Librarianship and Information Research*, 81, 13-31.
- Hungerford, H. R., Volk. T. L. (1990). Changing Learner Behavior Environmental Education. *Journal of Environmental Education*, 21, 8-21.
- Irna (1401). *Per capita water consumption in Fars is very high*. <https://www.irna.ir/news/184718446>.
- Javadi, A., & Amany, M. (2019). *Designing an environmental management system based on standards*. Tehran, Iran: Arya Naqsh Publications.
- Javaheri, F., Madahi, J., & Sayarkhalaj, H. (2021). Mass Media and Ecological literacy: A sample for Tehran people. *Cultural studies and communication*, 16 (58), 34:55.
- Kiani Salmi, S., Shaterian, M. (2018). Analysis of social and cultural factors affecting the environment (Case study: Kashan). *Environmental Education and Sustainable Development*, 6 (2), 101-116.
- Kleinberga, V. (2022). Global, Not Yet Local, Media Coverage of Climate Change and Environment Related Challenges in Latvia. *Information & Media*, 93, 8-27.
- Lazarsfeld, P. F. (1940). *Radio and the Printed Page, An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*. New York: Duell, Sloan, and Pearce.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice, How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Maleki, A., Heydari, Y., & Hajimozafari, S. (2016). Citizenship and Media Literacy (A Survey of Relationship between Citizenship and Media Literacy among Zanjan Dwellers). *Cultural and Social development*, 1 (1), 92-108.
- Maleki, H. (2022). Erosion A dagger on the soil of Iran, Iran newspaper.
- McCombs, M., & Shaw, L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.
- Mehrara, A., Madanloojooybari, S., & zaremoayedi, A. (2018). Examining the role of environmental protection in sustainable development. *Shabak*, 10 (29), 96-84.
- Meshkini, Gh. (2017). *Investigate the Relationship between Individualism Collectivism and Environmental Citizenship among Citizens of Regions 3, 11 and 19 of Tehran*. Master's degree, Shahid University of Social Sciences, Tehran, Iran.
- Milfont, T. L., Osborne, D., Yogeewaran, K., & Sibley, C. G. (2020). The role of national identity in collective pro-environmental action. *Journal of Environmental Psychology*, 72, 101-125.
- Mirfardi, A., & Salamatian, D. (2021). Investigating

- the relationship between national identity and environmental behavior among humanities students in Shiraz University. *National studies*, 22 (4), 137-159.
- Mirfardi, A., & Valinejad, A. (2017). An analysis of the relationship between national identity and religiosity in transitional regions (Case study: Yasouj University students). *Iranian Journal of Sociology*, 8 (1), 142-168.
- Mirfardi, A., Heiydari, A., & Damsaz, T. (2017). Study the effect of responsibility on the environmental behavior by media mediating (Case study: Ahvaz). *Environmental Education and Sustainable Development*, 6 (1): 55-68.
- Noori, Z., & Niazi, M. (2023). Presenting a Causal Model of Variables Affecting the Commission of Environmental Crimes (Case Study: Kashan City). *Environment and Interdisciplinary Development*, 7 (78), 56-70.
- Piri, M., Ghasemy, N. (2009). Civil-legal consideration of circumstances for exerting citizenship rights on the environment. *Environment Science and Technology*, 3 (11), 205-212.
- Rezaeyan, S., Jozi, A., & Malmasi, S. (2019). Examining the role of citizens' participation in protecting the urban environment (case study: District 9 of Tehran Municipality). *Environment and Interdisciplinary Development*, 66 (4), 59-70.
- Salehi, S., & Emamgholi, L. (2020). Media, Culture and Environmental Behavior (Case Study: Citizens of Sanandaj). *Sociology of culture and art*, 1 (1), 48-71.
- Salehi, S., & Pazokinejad, Z. (2013). Social Analysis of the role of Environmental Citizenship in Tackling with Effects of Climate Change. *Urban sociological studies*, 4 (11), 128-147.
- Salman, S. (2020). Regeneration of wastelands, according to national identity and biological values. *Research Journal*, 19, 165-178.
- Sarokhani, B. (2018). *Communication Sociology*. Tehran: Iran, Information.
- Scolari, C. A. (2013). Media evolution, Emergence, dominance, survival and extinction in the media ecology. *International Journal of Communication*, 7, 24, 1418-1441.
- Vazifeh, A. (2022). The drought period will be long. People and officials should be smart. <https://diyarmirza.ir/1400/03/13>
- Werner J., S., & Tankard, T. (2014). *Communication theories: origins, methods, and uses in the mass media*. Translated Alireza Dehghan, Tehran, Iran: Publishers University of Tehran.
- Xu, J., & Han, R. (2019). The influence of place attachment on pro-environmental behaviors: The moderating effect of social media. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16 (24), 5100- 5119.
- Zamani Moghadam, A., & Saeedi, M. (2013). The Effect of Environmental Education on Teachers Knowledge, Attitude and Skills (Case study: Primary School Teachers district 12, Tehran). *Environment and sustainable development*, 3 (1), 19-30.
- Zare, B., Abedini, E., Gotabi, K (2022). Providing a structural model of environmental citizenship based on Urbanity and cultural capital among the citizens of Tabriz. *Economic & Development*, 10 (2), 65-89.