

بررسی جامعه‌شناختی نقش رسانه‌های جمعی در جامعه‌پذیری

زیست‌محیطی نوجوانان شهر تهران

(مطالعه موردی سیمای جمهوری اسلامی ایران)

دکتر جعفر عبدالملکی*، دکتر باقر ساروخانی✉

چکیده

جامعه‌پذیری زیست‌محیطی یکی از موضوعات جدید و جذاب در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی و به این معناست که نهادها و عوامل اجتماعی کردن و جامعه‌پذیری در جامعه، از قبیل خانواده، مدرسه، رسانه‌ها و... تا چه میزان می‌توانند بر روی نگرش، جهان‌بینی و در نهایت رفتار مردم تأثیر بگذارند و ارزش‌های محیط‌زیستی را درونی سازند. در این میان، تلویزیون به دلیل بهره‌مندی از مؤلفه‌های اثربخش تصویری و هنری و از طرفی به دلیل فراگیری آن، نقش بسیار مهمی در نهادینه کردن ارزش‌های زیست‌محیطی در بین مخاطبان بویژه کودکان و نوجوانان دارد. مقاله حاضر درصدد است جایگاه تلویزیون در جامعه‌پذیری زیست‌محیطی نوجوانان شهر تهران را بررسی کند. از این رو، با ۶۰۰ نفر از نوجوانان دانش‌آموز در مناطق ۲۲گانه شهر تهران به روش پیمایش و ابزار پرسشنامه مصاحبه شد. نتایج نشان می‌دهد، هرچند بیش از ۸۰ درصد نوجوانان تهرانی از تلویزیون استفاده می‌کنند و سهم تلویزیون بیش از سایر عوامل و سازوکارهای جامعه‌پذیری در تغییر نگرش نوجوانان است، برای تأثیرگذاری بیشتر تلویزیون در جامعه‌پذیری کامل‌تر نوجوانان باید به راهکارهای دیگری اندیشید.

کلید واژه‌ها: جامعه‌پذیری، نگرش زیست‌محیطی، نگرش نوین زیست‌محیطی (NEP)،

رسانه‌های جمعی

* دکترای جامعه‌شناسی فرهنگی، رئیس مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما

✉ نویسنده مسئول: دکترای جامعه‌شناسی، استاد دانشگاه تهران

Email: sarokhani@gmail.com

پذیرش نهایی: ۹۴/۷/۱۵

تجدید نظر: ۹۴/۶/۳۰

تاریخ دریافت: ۹۴/۵/۲۵

مقدمه

محیط‌زیست و طبیعت یکی از موهبت‌های خداوند است که از مجموعه موجودات، منابع و عوامل و نیز شرایط هماهنگی که در اطراف موجودات زنده وجود دارد، به وجود می‌آید. محیط‌زیست زمینه‌ساز حیات فردی و اجتماعی است و روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. اما انسان به دلیل زیاده‌روی در مصرف، تخریب محیط پیرامون خود و ایجاد آلودگی‌های خطرناک در منابع آب، خاک و هوا، خواسته یا ناخواسته مهم‌ترین منبع توسعه پایدار - محیط‌زیست - را به مخاطره انداخته است. فرهنگ، عامل اصلی و به معنای محرک توسعه پایدار و حفاظت از محیط‌زیست است. بنابراین بخش مهمی از فرهنگ زیست‌محیطی آموختنی است و بهبود محیط‌زیست زمانی حاصل می‌شود که محیط طبیعی و فرهنگی انسان با هم مرتبط باشند. تحقق بهبود محیط‌زیست و افزایش کیفیت آن در گرو نگرش و رفتار شهروندان و وجود اخلاق و منش زیست‌محیطی در بین همه اقشار جامعه است. ارزش زیست‌محیطی زمینه‌ساز نگرش و رفتار و اخلاق ایده‌آل بشر نسبت به محیط زندگی خود اعم از محیط طبیعی و محیط اجتماعی و فرهنگی است. برای درونی کردن ارزش‌های محیط‌زیست که همواره با غفلت مردم و مسئولان روبه‌رو بوده است، رسانه‌های جمعی در کنار خانواده و مدرسه، بسیار مهم و اثرگذارند. رابطه بین انسان و محیط‌زیست در طول حیات بشری فراز و نشیب‌های فراوانی داشته است. طبیعت، گاه منبع الهام‌بخش معنوی و گاه منبع تأمین نیازهای مادی تلقی شده و با شگفتی‌های بی‌شمار امید و ترس را توأمان در وجود بشر برانگیخته است. با افزایش شهرنشینی، ظهور صنایع جدید و فناوری‌های متعدد، چهره طبیعت مخدوش و استفاده بی‌محابا از آن برای مقاصد مادی بر افکار معنوی پیشی گرفته است. تفکر و اندیشه درباره اهمیت و ارزش محیط‌زیست به اندازه تاریخ انسانی قدمت دارد. تأمین بی‌دریغ نیازهای مادی و معنوی از سوی طبیعت، ضمن آنکه به آن ارزش ذاتی بخشیده، طبیعت را به عنوان مهم‌ترین بخش حیات بشری درآورده است. توجه به ارزش ذاتی گیاهان، جانوران و اکوسیستم‌های طبیعی، پیش‌شرط حالت احترام به آنها است (بنسون^۱، ترجمه وهاب‌زاده، ۱۳۸۲، ص ۳۲).

کارل مارکس، طبیعت را «کالبد غیرارگانیک بشر» توصیف می‌کند. زیرا اگرچه افراد به لحاظ فیزیکی جدا از طبیعت به نظر می‌رسند، نمی‌توانند بدون تغییرات متقابل دائمی باقی بمانند. در واقع اجزای بدن ما از نظر فیزیکی از غذا، اکسیژن و آب تغذیه می‌کند که از محیط طبیعی نشئت می‌گیرند و چنانچه هر کدام از آنها آلوده شوند، افراد نیز آلوده می‌گردند (صالحی، ۲۰۱۰، ص ۱۰۲). بنابراین، رفتار زیست‌محیطی شهروندان چه مطلوب و چه غیرمطلوب، اثرات جهانی و فرامحلی خواهد داشت و هرچه شهروندان نسبت به محیط زیست (آب، خاک، هوا، جنگل، تنوع زیستی و...) حساس باشند، کیفیت زندگی اجتماعی بهبود می‌یابد.

برخی از تهدیدها و بحران‌های زیست‌محیطی نظیر آب و هوا، نازک شدن لایه اوزن، جنگل‌زدایی، بحران غذا، ازدیاد جمعیت، بالا رفتن سطح زندگی و افزایش تقاضای مردم، پیشرفت‌های فناوریانه، استفاده بهره‌جویانه و غیراصولی از محیط طبیعی، توسعه سرمایه‌داران، کنش‌های غیرمسئولانه انسان (صالحی، ۲۰۱۰، ص ۵۲)، استفاده بی‌رویه انرژی در منازل، استفاده از تولیدات یکبار مصرف، استفاده از وسایل نقلیه شخصی، استفاده زیاد از انواع آفت‌کش‌ها، دفع مواد زاید به روش غیربهداشتی و جمع‌آوری و تفکیک نکردن زباله‌ها، افکار عمومی جهان را به طرز نگران‌کننده‌ای به خود جلب کرده است.

از نظر جامعه‌شناسان برای حل مشکلات زیست‌محیطی باید شیوه‌ها و رفتارهای تولیدی، مصرفی و نیز شیوه‌های زندگی فردی و اجتماعی برای رسیدن به سطح سازگاری و تأثیر مثبت بر محیط‌زیست تغییر پیدا کند.

و در نهایت جامعه‌پذیری می‌تواند به عنوان محوری‌ترین عامل و سازوکار تربیت و ایجاد نگرش در بین کودکان و نوجوانان که در حساس‌ترین دوره شکل‌گیری شخصیت هستند، بر رفتارهای زیست‌محیطی افراد تأثیرگذار باشد.

هرچند نهادهای فرهنگی از جمله مطبوعات نقش مهمی در جامعه‌پذیری شهروندان دارند، بی‌تردید نقش و جایگاه رسانه ملی به دلیل بهره‌مندی از مؤلفه‌های اثربخش تصویری و هنری و از طرفی به دلیل فراگیری وسیع آن، در نهادینه کردن ارزش‌های زیست‌محیطی در بین مخاطبان قابل مقایسه با سایر نهادها نیست. از طرفی اگر از این ظرفیت به خوبی استفاده نشود، اجتماعی کردن و جامعه‌پذیری زیست‌محیطی بویژه در بین کودکان و نوجوانان به خوبی صورت نمی‌گیرد و ارزش و جایگاه محیط‌زیست در

شخصیت شهروندان درونی و نهادینه نخواهد شد. در این مقاله در نظر داریم جایگاه و اثربخشی تلویزیون در کنار سایر نهادهای فرهنگی را بررسی کنیم.

اهداف پژوهش

هدف این پژوهش تبیین جامعه‌شناسانه نقش و جایگاه رسانه‌های جمعی، بویژه رسانه تلویزیون در آموزش، افزایش سواد زیست‌محیطی، تغییر نگرش مخاطبان (کودک و نوجوان) و اثرگذاری بر رفتار زیست‌محیطی آنان است. این پژوهش درصدد است میزان اثرگذاری تلویزیون در جامعه‌پذیری کودکان و نوجوانان را نشان دهد. بنابراین مهم‌ترین هدف، بررسی و سنجش میزان اثرگذاری برنامه‌های تلویزیونی در تغییر نگرش مخاطبان و ارائه راهکارهای مؤثر برای جامعه‌پذیری کودکان و نوجوانان در رابطه با ارزش‌های زیست‌محیطی است.

پرسش‌های پژوهش

۱. نقش و تأثیر رسانه‌های جمعی در درونی کردن ارزش‌های زیست‌محیطی چقدر است؟
۲. نقش هر یک از نهادهای خانواده، رسانه، مدرسه و... در اجتماعی کردن زیست‌محیطی تا چه اندازه است؟
۳. تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از نهادهای مهم جامعه‌پذیری در تغییر نگرش نسبت به محیط‌زیست به چه میزان است؟

فرضیه‌های پژوهش

۱. نقش تلویزیون در جامعه‌پذیری زیست‌محیطی بیشتر از خانواده و مدرسه است.
۲. بین تماشای تلویزیون و تغییر نگرش به محیط‌زیست رابطه وجود دارد.

چارچوب نظری پژوهش

یکی از نخستین مطالعات در زمینه نگرش به محیط‌زیست مربوط به دان‌لاپ^۱ و ون‌لایر^۲

1. Dunlap

2. VanLiere

(۱۹۸۷) است. آنها برای بررسی و اندازه‌گیری نگرش عمومی نسبت به محیط‌زیست و طبیعت، مقیاس الگوی جدید زیست‌محیطی (NEP) را ابداع کردند. بسیاری از مطالعات و پژوهش‌های بین‌المللی درباره نگرش مردم به محیط‌زیست بر اساس این مقیاس سنجیده شده است.

پیش از دهه ۱۹۷۰ پژوهشگران برای حل مسائل محیط‌زیستی، راه‌حل‌های فناورانه می‌دانند، اما از قرن بیستم، همزمان با آغاز دهه محیط‌زیست، جامعه‌شناسان دریافته‌اند که نظریه‌ها و پژوهش‌های جامعی برای فهم رابطه جامعه و محیط‌زیست در اختیار ندارند، بنابراین درصدد برآمدند تا در خصوص تولید نظریه‌های اجتماعی در این زمینه اقدام کنند. در جامعه‌شناسی بحث‌های قدیمی و ادامه‌دار متعددی درباره تئوریزه کردن روابط محیط‌زیست و جامعه وجود داشته است (کادورث^۱، ۲۰۰۳ به نقل از صالحی، ۲۰۱۰).
باتل در بررسی تحولات جامعه‌شناسی محیط‌زیست پنج حوزه را مطرح می‌کند:

زیست‌بوم انسانی جدید^۲، نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای زیست‌محیطی، جنبش زیست‌محیطی، مخاطره تکنولوژیکی و ارزیابی خطر و اقتصاد سیاسی در سیاست‌های زیست‌محیطی (صالحی، ۲۰۱۰، ص ۸۸).

بنابر نظر ساختارگرایان اجتماعی هرچند مسائل محیطی ممکن است به خودی خود از واقعیت بسزایی برخوردار باشند، اما بدون پژوهش در زمینه فرهنگی، تاریخی و اجتماعی که این مسائل را احاطه کرده است، قابل درک نیستند (همان، ص ۱۲).

تومه^۳ در مقام نویسنده‌ای محیط‌گرا معتقد است که میزان احترام شهروندان و جامعه به اخلاق محیطی و حفاظت از محیط طبیعی، از جمله معیارهای سنجش میزان توسعه فرهنگی در آن جامعه محسوب می‌شود (ترجمه شاعرپور، ۱۳۸۰، ص ۱۵).

از نظر تومه، تخریب محیط‌زیست ناشی از غفلت انسان‌ها از هویت فرهنگی خودشان است. به عقیده او برای کاهش آثار منفی توسعه اقتصادی بر محیط‌زیست باید با پذیرش اخلاق محیطی به تقویت بعد فرهنگی توسعه پرداخت و نباید توسعه مادی را متوقف کرد. بین محیط‌زیست و توسعه فرهنگی رابطه متقابل وجود دارد.

آنتونی گیدنز^۱، سیاست‌های زیست‌محیطی را پیشرفت‌هایی می‌داند که به سمت اخلاقی شدن نظم اجتماعی، نهادها و روابط گرایش دارد. گیدنز جنبش‌های زیست‌محیطی را کوششی برای استقرار فردی بنیادهای اخلاقی و امنیت هنجاری در زندگی مردم می‌داند (ساتن، ترجمه صالحی، ۱۳۹۳، ص ۱۴۴).

هر یک از جامعه‌شناسان کلاسیک و مدرن، مستقیم یا غیرمستقیم به جایگاه و اهمیت محیط‌زیست و نقش آن در زندگی اجتماعی پرداخته‌اند. اما با توجه به اینکه هدف اصلی نوشتار حاضر، آموزش ارزش‌های زیست‌محیطی و جامعه‌پذیری آن در بین شهروندان و بویژه سنین حساس و مهم کودکی و نوجوانی است، این مفاهیم را از دیدگاه جامعه‌شناسی بیان می‌نماییم.

جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری، همانا هم‌نوایی فرد با هنجارهای گروهی است؛ هر یک از اعضای جدید گروه به حکم جامعه‌پذیری رفتار خود را موافق با مقتضیات گروه تغییر می‌دهد و دانسته یا ندانسته راه و رسم زندگی گروهی را می‌پذیرد. جامعه‌پذیری فرد را به آموختن هنجارها، ارزش‌ها، زبان‌ها، مهارت‌ها، عقاید و الگوهای فکر و عمل که همگی برای زندگی اجتماعی ضروری هستند، قادر می‌سازد (رابرتسون^۲، ترجمه بهروان، ۱۳۷۳، ص ۱۱۲).

گیدنز جامعه‌پذیری را فرایندی می‌داند که در آن کودک ناتوان، به تدریج به شخصی خودآگاه، دانا و ورزیده در شیوه‌های فرهنگی که در آن متولد شده است، تبدیل می‌شود (گیدنز، ترجمه صبوری، ۱۳۷۴، ص ۶۷). به عبارت بهتر و کامل‌تر، جامعه‌پذیری فرایند توسعه احساس پیوستگی فرد با جهان بزرگ‌تر اجتماعی از طریق یادگیری و درونی‌سازی ارزش‌ها، باورها و هنجارهای فرهنگی و اجتماعی است. رسانه‌ها در کنار دیگر نهادهای جامعه‌پذیری مانند خانواده و مدرسه، مهم‌ترین نهاد جامعه رسانه‌ای شده امروزی هستند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۵۷).

نظریه برجسته‌سازی

رسانه‌ها با برجسته کردن موضوعات مربوط به مسائل و مشکلات زیست‌محیطی آنها

1. Antony Gidenz

2. Rabertson

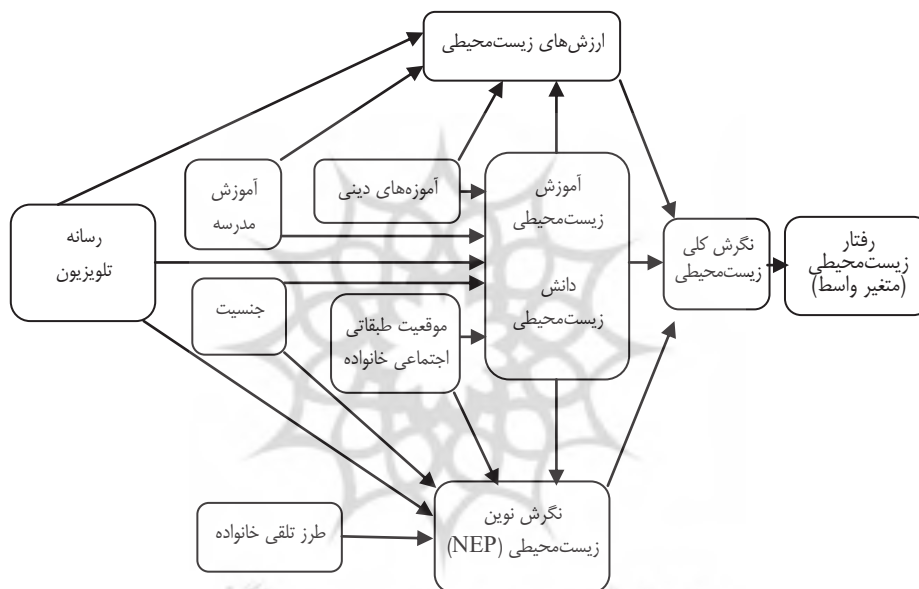
در چارچوب معنایی خاص، یک وضعیت نامطلوب زیست‌محیطی را به مسئله‌ای زیست‌محیطی تبدیل می‌کنند و با استفاده از شیوه‌های مختلف برنامه‌سازی، ابعاد و زوایای مختلف مسائل مربوط به خطرات زیست‌محیطی را برای افکار عمومی بازخوانی و تفسیر می‌نمایند تا به این طریق با افزایش آگاهی و اطلاعات نسبت به دنیای پیرامون، دانش زیست‌محیطی مخاطبان خود را افزایش دهند.

رسانه تلویزیون و الگوی نوین زیست‌محیطی

«دان‌لاپ» و «ون‌لایر» و بسیاری از پژوهشگران از جمله صادق صالحی (۲۰۱۰) - در ایران - معتقدند که الگوی نوین زیست‌محیطی باعث شکل‌گیری نگرش مثبت افراد به سمت رفتارهای حامی محیط‌زیست می‌شود. در این الگو فرض بر این است که رفتارهای زیست‌محیطی از الگوی جدید نشئت می‌گیرد. پارادایم نوین در مرحله اول، راهی برای تعیین جهان‌بینی و نگرش‌های زیست‌محیطی است و سپس در مرحله بعد موقعیتی فراهم می‌آورد تا روابط محتمل با رفتار معنادار زیست‌محیطی را تبیین نماییم. همچنین در خصوص تأثیر رسانه تلویزیون بر نگرش زیست‌محیطی، نظریه‌های یادگیری، کاشت و شکل‌دهی مدنظر قرار می‌گیرد. بر اساس نظریه کاشت، تلویزیون با نفوذ فراگیر در میان خانواده‌ها به کاشت جهان‌بینی و نقش‌ها و ارزش‌های رایج در ذهن آنها مبادرت می‌ورزد و با تأثیر تدریجی و غیرمستقیم، اما متراکم و با اهمیت، منجر به کاشت جهان‌بینی‌های جدید زیست‌محیطی در مخاطبان خود می‌شود و گرایش‌ها و ارزش‌های زیست‌محیطی افراد جامعه را تغییر و به یکدیگر پیوند می‌دهد. تلویزیون با استفاده از رویکرد شکل‌دهی بر آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به محیط‌زیست تأثیر می‌گذارد و در ایجاد نگرش به الگوهای نوین زیست‌محیطی مؤثر است. از آنجا که رویکرد شکل‌دهی بیشتر توضیح‌دهنده فرایند جامعه‌پذیری از سوی رسانه است (یونسکو، ۲۰۰۹)، این رسانه می‌تواند به عنوان عاملی برای بازسازی فرهنگ زیست‌محیطی و افکار و عقاید موجود زیست‌محیطی جامعه تلقی شود و جهان‌بینی نوین جامعه را به فرد منتقل سازد و به نوعی در تولید هویت جمعی نقش محوری را ایفا نماید. نظریه یادگیری اجتماعی تلویزیون را عامل بالقوه نیرومند در هدایت رفتار انسان می‌داند که می‌تواند منجر به کسب ارزش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای رفتاری شود.

درواقع افراد کنش‌هایی را که از رسانه می‌بینند، به عنوان مدل خود برمی‌گزینند. وسایل ارتباطی خود بر گردونه ارتباطی تأثیر شگرف برجای می‌گذارند. این وسایل برخلاف انتظار، پدیده‌های خستی و صرفاً کاتالیزور نیستند، بلکه خود عصری نو پدید می‌آورند و بر تمامی ارکان جامعه مؤثرند (ساروخانی، ۱۳۸۲، ص ۴۹۰).

مدل تحلیلی نقش رسانه در جامعه‌پذیری نوجوانان



روش‌شناسی پژوهش

روش مورد استفاده، پیمایشی و استفاده از ابزار مورد استفاده پرسشنامه محقق‌ساخته است. برای انتخاب جمعیت نمونه، از بین دانش‌آموزان، تعداد ۶۰۰ نفر از نوجوانان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای با روش مصاحبه انتخاب شدند. در نهایت با ضریب اطمینان ۱/۹۶ و احتمال خطای ۴ درصد و واریانس ۲۵ درصد، حجم نمونه در مناطق تهران حدود ۶۰۰ نفر دانش‌آموز تعیین شد.

روایی و پایایی. برای اطمینان از اینکه ابزارهای مورد استفاده به درستی موضوع را

بررسی و تبیین می‌کنند، شاخص‌های مورد بررسی در پرسشنامه به انضمام مدل تحلیلی (به شیوه اعتبار صوری) در اختیار ۱۱ نفر از صاحب‌نظران علوم جامعه‌شناسی و علوم ارتباطات که دارای تجارب حرفه‌ای در حوزه‌های پژوهشی و آموزشی بودند، قرار گرفت و اعتبار شاخص‌ها با ۹۰ درصد اطمینان تأیید شد. در ضمن پرسشنامه یکبار به صورت پیش‌آزمون (Pre-Test) با نمونه ۳۰ نفری به اجرا درآمد و آلفای کرونباخ ۷۶ درصد حاصل شد.

تعریف مفاهیم و متغیرها

• **الگوی محیط‌زیستی نو^۱**. محیط‌زیست‌گرایان بر ایجاد تغییراتی فراتر از سیاست‌های حفاظتی از محیط‌زیست تأکید می‌کنند. دان‌لاپ و ون‌لایر (۱۹۷۸) مطرح کردند که این خواسته محیط‌زیست‌گرایان، چالشی در برابر دیدگاه بنیادی درباره ارتباط انسان و طبیعت به وجود می‌آورد. تعریف مفهومی آنها از آنچه «الگوی محیط‌زیستی نو» خوانده می‌شد، بر باورهایی در مورد توانایی بشر در آسیب رساندن به تعادل طبیعت متمرکز بود (دان‌لاپ و همکاران، ۲۰۰۰).

آنها بر اساس این الگو، مقیاسی طراحی کردند و برای سنجش نگرش جهان‌بینی، باورها و ارزش‌های زیست‌محیطی افراد به کار بردند.

از سوی دیگر، جامعه‌شناسان محیط‌زیست به درک و پیش‌بینی رفتارهای محیط‌زیستی افراد یک جامعه علاقه فراوانی دارند. یکی از معیارهای پیش‌بینی رفتارهای محیط‌زیستی، عامل نگرش است. نگرش به محیط‌زیست به مسائلی مثل حفاظت از حیات وحش، گیاهان، جنگل‌ها، جانوران بومی، حفظ منابع طبیعی و تلاش برای حل مسائل محیط‌زیستی در سطح کلان می‌پردازد.

برای سنجش نگرش محیط‌زیستی دانش‌آموزان - به عنوان عامل شکل‌دهنده رفتار - از مقیاس «الگوی محیط‌زیستی نو» (دان‌لاپ و همکاران، ۲۰۰۰) در اصطلاح NEP خوانده می‌شود، استفاده شده است. این مقیاس که از الگوی اکوسیستمی جدید استخراج شده است و بر جهت‌گیری حمایتی از محیط‌زیست یا جهان‌بینی اکوسیستمی تأکید می‌کند، نخستین بار از سوی دان‌لاپ مورد استفاده قرار گرفت. گویه‌های این

مقیاس با انجام پژوهش‌های فراوان تعدیل شد و برای بررسی نگرش محیط‌زیستی در دوره حاضر که مسائل محیط‌زیست نسبت به گذشته تغییر کرده است، مناسب گردید. این گویه‌ها در پنج بعد محدودیت رشد^۱، ضد انسان‌محوری^۲، شکنندگی تعادل طبیعت^۳، انسان در برابر طبیعت^۴ و احتمال بحران محیط‌زیستی^۵ برای سنجش نگرش محیط‌زیستی در نظر گرفته شده بودند. استفاده از گویه‌ها در این پژوهش به تناسب میزان روایی آنها بستگی داشت. بنابراین برخی از گویه‌ها در پیش‌آزمون به دلیل نبود روایی کنار گذاشته شدند و در نهایت ۱۲ گویه (از ۱۵ گویه) مورد بررسی قرار گرفتند.

• **جامعه‌پذیری.** فرایندی که در آن شخص در طول حیات خویش، هنجارها، عرف‌ها و ارزش‌های جامعه خویش را یاد می‌گیرد. جامعه‌پذیری از سوی نهادهای مختلفی مثل خانواده، مدرسه، رسانه‌ها و... آموزش داده می‌شود. از این رو، جامعه‌پذیری سازوکاری برای استمرار جامعه و فرهنگ است (کوئن، ترجمه ثلاثی، ۱۳۸۷، ص ۱۰۱).

• **رسانه‌های جمعی.** وسایل ارتباط جمعی مانند رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و سایر رسانه‌های نوظهور که وظیفه انتقال پیام را از یک منبع (فرستنده) به گیرنده و مخاطبان خاصی بر عهده دارند. در این پژوهش تأکید بر تلویزیون است.

• **رفتار زیست‌محیطی.** به رفتارهای افراد در محیط خانه، محل کار و سطح شهر گفته می‌شود که با توجه به ملاحظات زیست‌محیطی و با نیت زیست‌محیطی انجام می‌شود. در پژوهش حاضر تأکید بر نگرش است چون مقدمه و زمینه رفتار زیست‌محیطی، نگرش زیست‌محیطی است.

• **دانش زیست‌محیطی.** اطلاعات عملی که افراد درباره محیط‌زیست، بوم‌شناسی سیاره زمین و تأثیر کنش‌های انسانی بر روی محیط و زیست‌بوم دارند.

یافته‌های پژوهش

۵۴ درصد از پاسخگویان پسر و ۴۶ درصد دختر بوده و همه پایه‌های تحصیلی هفتم تا

1. limites to growth

2. antianthro pocentrism

3. the fragility of natures balance

4. exemptionalism

5. possibility of an ecocrisis

دوازدهم به طور متوازن در نمونه وجود داشته‌اند. ۸۰/۵ درصد پاسخگویان در مدرسه دولتی و ۱۹/۵ درصد در مدارس غیرانتفاعی تحصیل می‌کردند. ۸۲/۸ درصد پاسخگویان بیننده برنامه‌های تلویزیون و ۱۷/۲ درصد غیربیننده هستند؛ بینندگان به طور میانگین ۲ ساعت و ۱۴ دقیقه در روز تلویزیون تماشا می‌کنند. ۴۴ درصد در حد «زیاد و خیلی زیاد» و ۴۸ درصد در حد «کم و خیلی کم» به برنامه‌های محیط‌زیست تلویزیون علاقه دارند و ۸ درصد هم اصلاً به این برنامه‌ها علاقه‌مند نیستند.

ضریب همبستگی

بررسی وجود رابطه بین متغیرهای مستقل تماشای تلویزیون، طرز تلقی خانواده، ارزش‌های محیط‌زیستی، آموزش‌های رسمی مدرسه، آموزه‌های دینی، نگرش نوین زیست‌محیطی (NEP)، دانش زیست‌محیطی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده با متغیر وابسته یعنی نگرش کلی زیست‌محیطی، نشان می‌دهد که بین همه متغیرهای مستقل رابطه وجود دارد؛ به طوری که بیشترین رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تماشای تلویزیون ($R=0/638$) و در مرتبه بعد دانش زیست‌محیطی ($R=0/591$) است. این روابط نشان می‌دهد که با افزایش میزان دانش زیست‌محیطی و آموزش‌های رسمی مدرسه نزد پاسخگویان، جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان تهرانی افزایش می‌یابد. همچنین، میزان تماشای تلویزیون با جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان رابطه مستقیم دارند؛ یعنی با افزایش میزان تماشای تلویزیون، میزان جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان افزایش می‌یابد.

جدول ۱- توزیع ضریب همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته
(جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان)

نام متغیرها (شاخص)	آزمون و سطح آن	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان	ضریب همبستگی	۱							
	سطح معناداری								
تماشای تلویزیون	ضریب همبستگی	۰/۶۲۸**	۱						
	سطح معناداری	۰/۰۰۱							
طرز تلقی خانواده	ضریب همبستگی	۰/۱۴۱**	۰/۱۰۳*	۱					
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۱۲						
ارزش‌های زیست‌محیطی	ضریب همبستگی	۰/۲۵۵**	۰/۰۹۳*	۰/۱۳۹**	۱				
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۲۵	۰/۰۰۰					
آموزش‌های رسمی مدرسه	ضریب همبستگی	۰/۴۹۶**	۰/۱۵۹**	-۰/۰۰۶	۰/۱۲۵**	۱			
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۸۸۳	۰/۰۰۱				
آموزه‌های دینی	ضریب همبستگی	۰/۴۷۴**	۰/۰۹۴*	-۰/۰۷۶	۰/۰۳۴	۰/۲۱۵**	۱		
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۲۱	۰/۰۶۳	۰/۴۱۳	۰/۰۰۰			
نگرش نوین زیست‌محیطی	ضریب همبستگی	۰/۳۷۵**	-۰/۰۰۸	۰/۰۲۵	۰/۱۳۳**	۰/۱۶۸**	۰/۲۵۷**	۱	
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۸۴۳	۰/۵۴۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		
دانش زیست‌محیطی	ضریب همبستگی	۰/۵۹۱**	۰/۰۰۶	۰/۱۱۱**	۰/۱۹۹**	۰/۱۹۹**	-۰/۰۳۳	۰/۰۴۰	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۸۷۵	۰/۰۰۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۲۶	۰/۳۳۲	

تحلیل چند متغیره

ضریب همبستگی چندگانه بین جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان دبیرستان شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن، ۸۴ درصد می‌باشد. ضریب تعیین (R^2) مبین آن است که ۸۴ درصد از واریانس متغیر جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان شهر تهران از

سوی متغیرهای مستقل موجود در معادله رگرسیون که در سطح معناداری ۵ درصد قرار دارند، تبیین می‌شود.

جدول ۲- توزیع ضریب همبستگی، ضریب تعیین و آزمون F شاخص‌های زیست‌محیطی مؤثر بر جامعه‌پذیری زیست‌محیطی دانش‌آموزان دبیرستانی تهران (روش گام به گام)

نام متغیرها	R	میزان افزایش R از یک مرحله به مرحله دیگر	R ²	میزان افزایش R ² از یک مرحله به مرحله دیگر	آزمون F	معناداری
میزان تماشای تلویزیون	۰/۶۳۸	۰/۶۳۸	۰/۴۰۷	۰/۴۰۷	۴۰۶/۷۱۳	۰/۰۰۰
دانش زیست‌محیطی	۰/۸۴۲	۰/۱۴۷	۰/۷۰۹	۰/۳۰۲	۶۱۲/۹۱۱	۰/۰۰۰
آموزش‌های رسمی مدرسه	۰/۹۲۱	۰/۰۴۹	۰/۸۴۷	۰/۱۳۹	۵۳۷/۸۶۹	۰/۰۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

مفهوم نگرش و رفتارهای زیست‌محیطی و مؤلفه‌های آن هیچگاه به گستردگی امروز مورد توجه جامعه‌شناسان زیست‌محیطی قرار نگرفته است. در این میان جامعه‌پذیری به عنوان محوری‌ترین عامل و سازوکار تربیت و ایجاد نگرش در بین کودکان و نوجوانان که می‌تواند بر رفتارهای زیست‌محیطی افراد تأثیر بگذارد، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. نهادهای فرهنگی از جمله رسانه‌ها و بویژه تلویزیون نقش مهمی در جامعه‌پذیری شهروندان دارند.

جامعه‌شناسان از جمله بوردیو^۱ بین عامل‌های سرمایه اجتماعی از جمله بین جامعه‌پذیری زیست‌محیطی و سبک زندگی ارتباط برقرار می‌کنند و مارکس، طبیعت را

1. Bourdiou

«کالبد غیرارگانیک بشر» می‌خواند. هریک از نظریه‌های ساختارگرایی اجتماعی، جامعه مخاطره‌آمیز، واقع‌گرایی انتقادی، اکوفمینیسم، نظریه زیست‌محیطی، نظریه سواد زیست‌محیطی و... به شکلی، رابطه انسان و محیط‌زیست را تبیین می‌کنند. در خصوص جامعه‌پذیری، نظریه‌های برجسته‌سازی، بازنمایی و یادگیری اجتماعی به عنوان محورهای مهم در متن پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است؛ زیرا سه ویژگی بارز تلویزیون، نقش نظارت بر محیط (اطلاعات و اخبار)، نقش توسعه همبستگی اجتماعی (راهنمایی) و نقش انتقال میراث فرهنگی (آموزشی) است.

بر اساس یافته‌های پژوهش، تلویزیون بیش از سایر عوامل در اجتماعی کردن آموزه‌های دینی و مدرسه، جامعه‌پذیری زیست‌محیطی (درونی کردن ارزش‌های زیست‌محیطی و شکل‌گیری نگرش مثبت) نقش دارد. اما مطابق یافته‌ها پیام‌های تلویزیون در زمینه موضوع محیط‌زیست بایستی هنرمندانه‌تر و با بهره‌گیری از ظرافت‌های زیباشناختی باشد. برای تحقق این منظور پیشنهادها زیر ارائه می‌شود:

- چهار موضوع اصلی محیط‌زیست، آب، خاک، هوا و جنگل‌ها و شیوه‌های گوناگون حفاظت از محیط زیست به صورت ویژه، جامع و هنرمندانه مطرح شوند.
- در بخش‌های نمایش با بهره‌گیری از مؤلفه‌های هنری جذاب، حس مسئولیت‌پذیری کودکان و نوجوانان نسبت به محیط‌زیست تقویت شود.
- در کلیه برنامه‌ها بویژه فیلم‌ها و سریال‌ها، موضوع احترام به طبیعت از سوی قهرمانان مثبت فیلم مورد توجه قرار گیرد.
- بهتر است در فصول مختلف و به اقتضای شرایط، برنامه‌ها در فضای باز و طبیعت اجرا شود. بویژه برنامه‌های کودک و نوجوان در محیط‌هایی مثل کوه، دشت، جنگل و کنار دریا و... تولید گردد.
- ساعت پخش برنامه‌ها و کنداکتور برنامه‌های کودک و نوجوان مورد بازنگری قرار گیرد. در حد امکان برنامه‌های محیط‌زیست در ساعت‌های مناسب پخش شود.
- موضوع تأثیر متقابل و مستقیم انسان و طبیعت با زبان خاص کودکان و نوجوانان مورد توجه قرار گیرد.
- در خصوص کاهش میزان تولید زباله در فضاهای شهری و کاهش آلودگی محیط‌زیست آموزش‌های لازم ارائه گردد.

- از همه ظرفیت‌های تولید، اعم از نمایش، مستند، گزارش، خبر، میزگرد و گفتگو برای آموزش‌های زیست‌محیطی استفاده شود.
- برای تقویت سایر عوامل مؤثر در جامعه‌پذیری، رسانه‌ها در محیط‌های خانوادگی، مدرسه، اماکن مذهبی، جمع دوستان (همسالان) برنامه‌های زیست‌محیطی تولید و پخش کند.
- اکوتوریسم (طبیعت‌گردی) و زیرمجموعه‌های آن نظیر کویرنوردی، غارنوردی، کوهنوردی، شکار، ماهیگیری، گردشگری روستایی و... در برنامه‌ها به طور ویژه مورد توجه قرار گیرد.

منابع

- بنسون، جان. (۱۳۸۲). اخلاق محیط‌زیست (ترجمه عبدالحسین وهاب‌زاده). مشهد: جهاد دانشگاهی.
- تومه، ژرژ. (۱۳۸۰). توسعه فرهنگی و محیط‌زیست (ترجمه محمود شارع‌پور). تهران: باز.
- رابرتسون، ایان. (۱۳۷۳). درآمدی بر جامعه (ترجمه حسن بهروان). مشهد: آستان قدس رضوی.
- ساتن، فیلیپ دبلیو. (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی محیط‌زیست (ترجمه صادق صالحی). تهران: سمت.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۲). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- کوئن، بروس. (۱۳۸۷). درآمدی بر جامعه‌شناسی (ترجمه محسن ثلاثی). تهران: فرهنگ معاصر.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۴). جامعه‌شناسی (ترجمه منوچهر صبوری). تهران: نی.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه. تهران: انتشارات همشهری.
- Cudworth, E. (2003). **Environment and Society**: London and New York: Routledge Publication.
- Dunlap, R. & VanLiere, K. (1978). The New Environmental Paradigm, A Proposed Measuring Instrument and Preliminary Results. **Journal of Environmental Education**, N. 9.
- Dunlap, R; VanLiere, K; Mertig, A. & Emmet, J. R. (2000). Measuring Endorsement of The New Ecological Paradigm, **A Revised NEP Scale In Journal of Social Issues**, Vol. 56, No. 3, Pp. 425-442.

Salehi, S. (2010). **Pepol and The Environment: Astudy of Environmental Attitude and Behovior In Iran** LAP Lambert Academic Publishing.

UNESCO. (2009). Belem Framework For Action: Sixth International Conference on Adult Education in Brazil, use The Power and Capacity of Adult Education and Learning For Dynamic Future, Interpret Department of Education of UNESCO National Commission of Iran.

