



Research Paper

Investigating the impact of environmental literacy on the culture of green consumption with the mediating role of social and environmental responsibility (Case study: the citizens of Jahrom)

Atefeh Rahmanian^{1*}, Ali Yarahmadi², Mohamad Taghi Iman³, Asghar Mirfardi⁴

1. PH. D. student of sociology, Faculty of Economics, Management and Social Sciences, University of Shiraz, Shiraz, Iran (Corresponding Author).

2. Associate professor, Department of Sociology, Faculty of Economics, Management and Social Sciences, University of Shiraz, Shiraz, Iran

3. Professor, Department of Sociology, Faculty of Economics, Management and Social Sciences, University of Shiraz, Shiraz, Iran

4. Associate professor, Department of Sociology, Faculty of Economics, Management and Social Sciences, University of Shiraz, Shiraz, Iran.



<https://doi.org/10.22034/scart.2024.140020.1402>

Received: November 5, 2023

Accepted: January 9, 2024

Available Online: December 21, 2024

Keywords: environmental social responsibility, environmental literacy, green consumption culture, environmental crisis

Abstract

In late modernity, a huge part of the efforts and programs of institutions and activists serve the development of environmental literacy and social responsibility in order to establish human interaction with the environment. Research shows that environmental literacy is related to environmental actions and attitudes and has a great impact on people's active participation in environmental issues. The present study has also been conducted with the aim of investigating the mediating role of environmental social responsibility in the relationship between environmental literacy and green consumption culture. The statistical population of the research is the residents of Jahrom city over 18 years of age and the statistical sample of 424 people who were selected using the survey method and multi-stage cluster sampling. The descriptive results of the research showed that the score of green consumption culture and environmental literacy is above average and the score of environmental social responsibility is average. The results of bivariate relationships also showed that there is a positive and significant correlation between environmental literacy and environmental social responsibility with green consumption culture. The results of structural relationships also showed that the independent variables of the research were able to determine 21% of the changes in green consumption culture, among which the impact of environmental social responsibility is more than environmental literacy.

Rahmanian, A., Yarahmadi, A., Iman, M., Mirfardi, A. (2024). Investigating the impact of environmental literacy on the culture of green consumption with the mediating role of social and environmental responsibility (Case study: the citizens of Jahrom). *Sociology of Culture and Art*, 6 (4), 14-25.

Corresponding author: Atefeh Rahmanian

Address: Faculty of Economics, Management and Social Sciences, University of Shiraz

Email: atefehrahmanian@yahoo.com

Extended Abstract

1- Introduction

Jahrom city is located in a semi-arid and warm area and is the source of most of the people of agriculture and citrus orchards and large palm trees. Pollution and drought threaten the city's ecosystem. Coal furnaces, chemical fertilizers, trees cut off, changing orchards to residential areas, wildlife hunting in the area, excessive utilization of groundwater aquifers, sand and sand harvesting for various factories, etc. The fabrication of the city's natural face has become. The city has played an important role in the export of citrus and dates through its famous palm trees and citrus fruits. But now, with the change and threat of the region's ecosystem and the emergence of environmental problems such as prolonged warm-up periods, dryness of groundwater tablecloths, etc., there are negative effects such as high volume of youth migration from the city, changing land use Gardens and unemployment have become. The environmental hazards of officials, academics, and people have forced to find ways to get out of this bond. Therefore, given the preliminary reviews and preliminary reviews of research literature and environmental-based theories, the present research endeavor is to mediate the role of social responsibility in the relationship between environmental literacy and the culture of green consumption. To analyze among the citizens of Jahrom. Having knowledge and acceptance of some kind of culture of green consumption can help activists adopt appropriate ways to deal with the environment and perform appropriate behaviors, and to help them find answers to questions in this area. ; Questions such as: In what means and in what dimensions are nature dependent? What functions do the ecosystem have for human social life? What happens when actors go beyond the boundaries of the ecosystem with unstable consumption? In what ways can we evaluate the effect of actors on the environment? And how can one live in the biophysical boundaries that ecosystems create? (Washington, 2012: 30). Many research shows the environmental degradation of the environment in Iran and emphasize the role of social, cultural, economic and organizational factors.

2- Methods

This study is of a small type and was done using a survey method. The statistical community of all residents is 18 years old and the sample size was set by 424 people based on Cochran formula. The purpose of this statistical population is to study the level of environmental literacy and responsible actions parallel to the culture of green consumption among the older and older generations in Jahrom. The sample loss was also 20 %, and the incomplete

questionnaires were removed from the analysis process. The samples were selected by multi-step clustered sampling method. Thus, the city of Jahrom was first divided into different neighborhoods (in terms of economic and social status) and then the samples were allocated to the neighborhoods. Then, from each neighborhood of three streets, four alleyways from each street and from each alley to average 6 plaques to complete the sample size. To measure the variable of the culture of green consumption (dependent variable) 10 questions consisting of 3 dimensions; Social dimension (3 questions), environmental dimension (3 questions), and economic dimension (4 questions) in the form of a 5-option Likert spectrum. Then, by averaging these questions, the variable culture of green consumption was created at a distance. Also, 12 questions have been used in the form of a 5-choice Likert spectrum to measure environmental social responsibility as one of the dimensions of environmental responsibility. The variable of biological-environmental literacy is also in the form of 3 dimensions; General environmental literacy (5 questions), optimal water use (3 questions) and environmental literacy for recycling (4 questions) have been used in a total of 12 questions in the form of a Likert spectrum. These variables were also created by the average of these questions at the distance. Content credit (formal type) was used to evaluate the validity of the questionnaire, so that the questions were provided to the guide and counselors. The Cronbach's alpha coefficient was used to evaluate the reliability of the questionnaires, with the amount of Cronbach's alpha, the Questionnaire of Green Consumer Consumer, Environmental Response and Emergency Literacy above 0.7. Descriptive and inferential statistics have been used for data analysis. The descriptive statistics section uses the mean and standard deviation to describe the distance variables. In the two variable analyzes analyzed using SPSS 22 software, the Pearson correlation test for distance variables, as well as for multivariate analysis, also used LISREL software.

3- Findings

For the correlation test between the research variables, the R-test is used, which is presented in Table 2. According to the results of this table, the relationship between environmental social responsibility and the culture of green consumption, given that the significant level of relationships between them is less than 0.05 (0.000), is statistically significant ($p < 0.01$). The relationship is also positive and their correlation coefficient is 0.459. That is, with the increase in environmental social responsibility, the culture of green consumption also increases significantly. Also, the

Rahmanian, A., Yarahmadi, A., Iman, M., Mirfardi, A. (2024). Investigating the impact of environmental literacy on the culture of green consumption with the mediating role of social and environmental responsibility (Case study: the citizens of Jahrom). *Sociology of Culture and Art*, 6 (4), 14-25.

Investigating the impact of environmental literacy on the culture of green consumption

relationship between environmental responsibility and the dimensions of green consumption culture includes; The economic, social, and environmental dimensions are all statistically significant in the positive direction. According to Table 2, the relationship between environmental literacy and the culture of green consumption is also indicative of the meaningful correlation coefficient level ($P < 0.01$), indicating the significant statistical relationship between the variables and for both of the variables and for both the relationship is also positive. As a result of the increase in environmental literacy, the amount of green consumption of green consumption also increases. The structural model has been used to evaluate the direct and indirect impact of social responsibility variables (as a mediator variable) and environmental literacy on the culture of green consumption (directly and indirectly). According to the results of Table 3, the environmental literacy variable has both a direct impact (with 0.05 impact) and indirect impact (through environmental social responsibility) on the culture of green consumption, overall, the impact of the total environmental literacy on the culture of green consumption equals It is 0.27 which is positive. That is, increasing a standard unit in environmental literacy will increase the culture of green consumption by a factor of 0.27 significantly. The variable of environmental social responsibility variable only directly (0.48) affects the culture of green consumption. In this way, by increasing a standard unit in environmental social responsibility, the culture of green consumption is significantly increased by 0.48. The results of Table 3 indicate that independent research variables have been able to explain 21 % of the culture of green consumption culture. In the meantime, the impact of environmental social responsibility is more than environmental literacy.

4- Discussion & Conclusion

The present study is to explore the complexity of the challenge and environmental crisis in the area of Jahrom. The main variables of research are the culture of green consumption, environmental literacy and environmental social responsibility, and the dimensions of the variables include social, economic and environmental dimensions. Optimal water consumption and recycling are also two general aspects of research, which was measured to study the idea of a culture of green consumption in Jahrom. Based on the results of the study, there is an average limit of environmental social responsibility

and culture of green consumption among the citizens of Jahrom. Also, the scope of variable changes in environmental literacy indicates that the environmental literacy rate is above average. The results of the correlation test and the Rocon Research also indicate that the relationship between environmental social responsibility and the culture of green consumption with a significant level of less than 0.5 for the positive relationship and the correlation coefficient of 0.459 means that by increasing The amount of environmental social responsibility also increases the culture of green consumption. Also, the relationship between environmental literacy of citizens of Jahrom and the variable of green consumption culture with correlation coefficient smaller than 0.5 is a significant and positive relationship. It goes up. Therefore, the variable of environmental literacy among respondents has both direct and indirect impact (through environmental social responsibility) on the culture of green consumption, which overall the total effect of environmental literacy and the culture of green consumption equal to 0.27 It is also positive. The variable of environmental social responsibility only directly (0.48) has affected the variable of green consumption culture. As a result, the impact of environmental social responsibility for citizens of Jahrom is more than environmental literacy, which is based on Fu et al. (2018), which shows environmental behaviors such as responsibility among the three groups. Students, managers, and faculty members are more common than environmental literacy, and environmental awareness is at a lower level than environmental behavior. The results of the present study are also aimed at confirming access and Khajehnoori research (1398) who studied sociological factors affecting environmental behavior in Shiraz and the result indicates a significant relationship (41.7 %) between biological consciousness. The environment is responsible, motivation and environmental attitudes.

5- Funding

There is no funding support.

6- Authors' Contributions

The authors have done the work in a shared way.

7- Conflict of Interests

This research does not conflict with personal or organizational interests.

Rahmanian, A., Yarahmadi, A., Iman, M., Mirfardi, A. (2024). Investigating the impact of environmental literacy on the culture of green consumption with the mediating role of social and environmental responsibility (Case study: the citizens of Jahrom). *Sociology of Culture and Art*, 6 (4), 14-25.

مقاله پژوهشی

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

عاطفه رحمانیان*^۱، علی یار احمدی^۲، محمد تقی ایمان^۳، اصغر میرفردی^۴

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

۲. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۳. استاد، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۴. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.


<https://doi.org/10.22034/scart.2024.140020.1402>

چکیده

در مدرنیته متأخر، بخش عظیمی از تلاش‌ها و برنامه‌های نهادها و کنشگران در خدمت رشد سواد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی به منظور برقراری تعامل انسانی با محیط زیست است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که سواد زیست‌محیطی با اقدامات و نگرش‌های زیست‌محیطی ارتباط دارد و بر مشارکت فعال مردم در مسائل زیست‌بوم بسیار مؤثر است. مطالعه حاضر نیز با هدف واکاوی نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی در ارتباط بین سواد زیست‌محیطی و فرهنگ مصرف سبز انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر جهرم و نمونه آماری ۴۲۴ نفری که با استفاده از روش پیمایش و نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. نتایج توصیفی تحقیق نشان داد که نمره میزان فرهنگ مصرف سبز و سواد زیست‌محیطی بالاتر از حد متوسط و نمره میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی در حد متوسط می‌باشد. نتایج روابط دومتغیره نیز نشان داد که میان سواد زیست‌محیطی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی با فرهنگ مصرف سبز همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج روابط ساختاری نیز نشان داد که متغیرهای مستقل تحقیق در مجموع توانسته‌اند ۲۱ درصد از تغییرات فرهنگ مصرف سبز را تبیین کنند که در این میان، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی بیش از سواد زیست‌محیطی می‌باشد.

تاریخ دریافت: ۱۴ آبان ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۹ دی ۱۴۰۲

تاریخ انتشار: ۱ دی ۱۴۰۳

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی

زیست‌محیطی، سواد زیست‌محیطی، فرهنگ

مصرف سبز، بحران محیط زیست

استناد: رحمانیان، عاطفه؛ یار احمدی، علی؛ ایمان، محمدتقی و میرفردی، اصغر (۱۴۰۳). بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶(۴)، ۱۴-۲۵.

* نویسنده مسئول: عاطفه رحمانیان

نشانی: دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز

پست الکترونیکی: atefrahmanian@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

فرهنگ مصرف سبز به مجموعه‌ای از عادات، رفتارها و تصمیمات مرتبط با استفاده بهینه از منابع طبیعی و کاهش تأثیرات منفی بر محیط زیست اطلاق می‌شود. این فرهنگ سعی می‌کند افراد را به بهره‌برداری مسئولانه از منابع طبیعی و کاهش تولید زباله و آلودگی تشویق کند. مصرف سبز با توسعه پایدار یا رفتار زیست‌محیطی ایمن مصرف‌کننده مرتبط است. این نوعی مصرف است که از محیط زیست برای حال و نسل‌های آینده محافظت می‌کند. بی‌توجهی مصرف‌کنندگان نسبت به اثرات زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی مصرف‌گرایی رو به رشد، مشکلات زیست‌محیطی بیشماری را به بار آورده است (یانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). کمبود منابع طبیعی تأثیر قابل‌توجهی بر ظرفیت تولید خواهد داشت و پایداری و امنیت نسل‌های آینده را به خطر می‌اندازد. بنابراین، یک تغییر عمده در شیوه‌های مصرف و تولید فعلی و به طور کلی در نوع تعامل انسان با محیط زیست لازم است (جوشی و رحمان، ۲۰۱۹). هر چه سواد یا دانش بشر در زمینه مسائل و روند افزایشی بحران محیط زیست بیشتر باشد، دستیابی به فرهنگ و نگرش پایدار زیست‌محیطی بیشتر خواهد بود (سیویرو و دیگران^۲، ۲۰۱۹: ۵۰۰). از منظر جامعه‌شناختی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی^۳ رابطه‌ای وثیق با نهادهای اصلی جامعه همچون خانواده، آموزش، دین، حکومت و رسانه دارد. مسئولیت‌پذیری در ابعاد فردی و اجتماعی پیش‌شرط موفقیت فرد و گروه‌های اجتماعی است. نگرانی‌های زیست‌محیطی عمدتاً ناشی از رشد سواد زیست‌محیطی^۴ بشر امروز است و رویکردهای جدیدی را در فرهنگ مصرفی انسان مدرن پدید آورده که با اصطلاح سبز از آن یاد می‌شود. واژه مصرف سبز این دلالت را دارد که محصولات، اهداف یا سیاست‌های یک سازمان با محیط زیست سازگار است (آبه و همکاران^۵، ۲۰۲۲: ۱۵۷).

یافته‌های علمی حاکی از این واقعیت است که عوامل فرهنگی و اجتماعی بر رفتار زیست‌محیطی تأثیرگذار بوده و رابطه عمیقی بین سواد زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی وجود دارد. رفتار زیست‌محیطی می‌تواند در تأثیر محرک‌ها و موانع فرهنگی و سطح دانش بشر از تخریب طبیعت ناشی از فرهنگ مصرفی او متفاوت عمل کند (سیویرو و همکاران^۶، ۲۰۱۹: ۵۰۰). مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی نیز باید به‌عنوان یک نگرش اخلاقی در قالب وظایف گروه‌هایی که اقدامات اجتماعی را توسعه می‌دهند، درک و دنبال شود. سطح عمیق سواد زیست‌محیطی مردمان جوامع از این جهت ضروری است که محیط زیست یک جزء مهم در مسئولیت‌پذیری اجتماعی است و زیست‌محیط سبز نیز به دلیل اهمیتی که برای بقای نسل انسان دارد، در مؤلفه اجتماعی مسئولیت‌پذیری واجد اهمیت بسیار است (کامیلیری^۷، ۲۰۱۷: ۸۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی مبنای داوطلبانه داشته و مسائلی مانند حقوق مشتریان، ملاحظات زیست‌محیطی، مدیریت مصرف انرژی و صرفه‌جویی و رعایت اصول حقوق بشر را در بر می‌گیرد (پانوار و هانسن^۷، ۲۰۱۰: ۱۲۱).

فرهنگ مصرف سبز به دلیل محدودیت منابع طبیعی، تأثیرات زیست‌محیطی منفی و اهمیت مسئولیت اجتماعی اکنون به یک مسئله محیطی و اجتماعی بدل شده است. الگوهای مصرف نامناسب باعث فشار بر منابع طبیعی، تخریب محیط زیست و تهدید زندگی آینده می‌شود. تغییر فرهنگ مصرف به سمت سبزتر، از طریق انتخاب محصولات پایدار، تغییر در سبک زندگی و رفتارهای روزمره می‌تواند به ایجاد توازن بین نیازهای مصرفی و حفظ محیط زیست کمک کند. این تغییر در الگوهای مصرف می‌تواند تأثیرات اقتصادی و اجتماعی مثبتی داشته باشد و به ما کمک کند تا در تعامل با محیط زیست و جامعه بهترین تصمیمات را اتخاذ کنیم. در ۶۵ سال گذشته بیش از ۴۹۰۰ از ۸۳۰۰ میلیون تن پلیمرهای سوزانده‌شده در محیط پراکنده شده است. در سراسر جهان ۳۲ درصد از بسته‌های پلاستیکی در محیط زیست باقی می‌مانند و اقیانوس‌ها، جنگل‌ها، حیوانات و انسان‌ها را آلوده

1 - Young

2- Severo, E. A., Guimarães, J.

3- environmental social responsibility

4- environmental literacy

5- Abe, H., Fritsch, M., & Wenning, M.

6- Camilleri, M. A.

7- Panwar R, Han X, Hansen E,

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). جامعه‌شناسی

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

می‌کنند (به‌ختم و دیگران^۱، ۲۰۲۳: ۳۳۵). نگرانی‌های ناشی از مسائل زیست‌محیطی همچون باران‌های اسیدی، تخریب لایه اوزون، قطع درختان و از بین رفتن پوشش گیاهی، گرم‌شدن کره زمین، آفت‌کش‌ها، آلودگی هوا و غیره زمینه ایجاد تشکله‌ها و جنبش‌های زیست‌محیطی بسیاری را فراهم کرده است (واشنگتن^۲، ۲۰۱۲: ۵۰). رشد بی‌حد و حصر جمعیت در مقابل منابع محدودی که طبیعت در اختیار انسان قرار داده است بر تمام این معضلات سایه افکنده است. به‌علاوه، بهره‌برداری بی‌رویه از این منابع متأثر از فرهنگ مصرفی و ارزش‌های مادی‌گرایی است که مشخصه اصلی سبک زندگی مدرن است که این موضوع شرایط ناپایداری را به وجود آورده‌اند (واکرناگل و دیگران^۳، ۱۹۹۸: ۵۱۱).

از منظر پایداری محیطی، داشتن سواد زیست‌محیطی برای همه کنشگران اجتماعی ضروری است تا آن را بخشی از عادات مصرفی روزانه تبدیل کنند و با مسئولیت‌پذیری اصول فرهنگ مصرف سبز و پایدار را رعایت کنند. به‌عبارتی هر چه افراد دانش بیشتری در مورد پایداری محیطی داشته باشند، نگرانی بیشتری برای رعایت مدیریت مصرف سبز و رفتارهای مسئولانه نسبت به محیط زیست خواهند داشت (سیویرو و همکاران، ۲۰۱۹: ۵۰۲). هرچند ناآگاهی فرد از او سلب مسئولیت نمی‌کند، اما آنجا که بحث مشکلات زیست‌محیطی مطرح می‌شود، بخش اعظم کنشگران در مورد پیچیدگی‌های سیستم‌های زیست‌محیطی با نوعی ناآگاهی نسبی روبرو هستند (دروز^۴، ۲۰۲۱: ۱۴۱). بنابراین افراد برای داشتن حس مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی و رفتارهای مناسب با فرهنگ مصرف سبز به آگاهی و دانش مفید نیاز دارند. برخورداری از این دانش و پذیرش نوعی فرهنگ مصرفی با‌عنوان مصرف سبز می‌تواند کنشگران را در اتخاذ شیوه‌های مناسب مواجهه با محیط زیست و انجام رفتارهای مناسب یاری کند و آن‌ها را در یافتن پاسخی برای پرسش‌های این حوزه مدد رساند؛ پرسش‌هایی از قبیل: کنشگران به چه معنا و در چه ابعادی به طبیعت وابسته هستند؟ اکوسیستم چه کارکردهایی برای حیات اجتماعی آدمیان دارد؟ چه اتفاقی می‌افتد وقتی کنشگران با مصرف ناپایدار از حدود و مرزهای اکوسیستم فراتر می‌روند؟ به چه شیوه‌هایی می‌توان میزان اثرگذاری کنشگران بر محیط زیست را ارزیابی کرد؟ و چگونه می‌توان در محدوده‌های بیوفیزیکی که اکوسیستم ایجاد می‌کند، پایدار و مسئولانه زندگی کرد؟ (واشنگتن، ۲۰۱۲: ۳۰). نتایج بسیاری از تحقیقات نشان از تخریب محیط زیست در ایران دارند و بر نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی و سازمانی در این امر تأکید می‌کنند.

شهرستان جهرم در منطقه‌ای نیمه‌خشک و گرم قرار دارد و منبع ارتزاق اکثر مردم کشاورزی و باغ مرکبات و نخلستان‌های وسیع است. آلودگی و خشکسالی اکوسیستم این شهر را تهدید می‌کند. کوره‌های تهیه زغال، کودهای شیمیایی، قطع درختان، تغییر کاربری باغات به مناطق مسکونی، شکار جانوران وحشی منطقه، بهره‌برداری بیش‌ازحد از سفره‌های آب زیرزمینی، برداشت ماسه و شن برای کارخانه‌های مختلف و غیره سبب به‌هم‌ریختگی چهره طبیعی شهر شده است. این شهر از گذشته تا به امروز به‌واسطه نخلستان‌ها و مرکبات مشهورش در صادرات مرکبات و خرما نقش مهمی داشته است. اما اکنون با تغییر و تهدید اکوسیستم منطقه و پدیدار شدن مشکلات زیست‌محیطی همچون طولانی‌شدن دوره‌های گرم سال، خشک‌شدن سفره‌های آب زیرزمینی و غیره موجبات تأثیرات منفی از جمله حجم بالای از مهاجرت جوانان از شهر، تغییر کاربری باغات و بیکاری گشته است. مخاطرات زیست‌محیطی مسئولان، دانشگاهیان و مردم را به یافتن راهکارهایی برای خروج از این بن‌بست وادار کرده است. بنابراین با عنایت به موارد مطرح‌شده و مرور مقدماتی ادبیات پژوهش و نظریه‌های جامعه‌محور زیست‌محیطی، تلاش پژوهش حاضر بر آن است تا نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در ارتباط بین سواد زیست‌محیطی و داشتن فرهنگ مصرف سبز در بین شهروندان جهرم مورد واکاوی قرار دهد.

¹- Beghetto V, Gatto V, Samiolo R, Scolaro C, Brahimi S, Facchin M, Visco A.

²- Washington, Haydn

³- Wackernagel, M. & Yount, J. D.

⁴- Droz, Layna

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). جامعه‌شناسی

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱: پیشینه تجربی

فو، زانگ، ایکسونگ و بای (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «آگاهی زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی در محیط دانشگاه؛ مطالعه موردی تایجین» را با هدف بررسی رابطه بین آگاهی زیست‌محیطی و رفتار زیست‌محیطی همراه با تأثیرات محرک‌ها، موانع و فرهنگ انجام دادند. داده‌ها از طریق پرسشنامه میان دانشجویان، اعضای هیئت علمی و مدیران گردآوری شدند. یافته‌ها نشان دادند رفتارهای زیست‌محیطی میان هر سه گروه دانشجویان، مدیران و اعضای هیئت علمی رایج‌تر از آگاهی زیست‌محیطی بوده و آگاهی زیست‌محیطی در سطح پایین‌تری نسبت به رفتار زیست‌محیطی قرار داشته است. عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز بر رفتار زیست‌محیطی تأثیرگذار بوده‌اند، به‌ویژه میان مدیران که مؤید وجود نوعی شکاف آگاهی- رفتار است. همچنین پاسخگویان در رفتارهای زیست‌محیطی خصوصی بیشتر از رفتارهای زیست‌محیطی عمومی مشارکت داشته‌اند و گستره رفتارهای زیست‌محیطی خصوصی از رفتارهای زیست‌محیطی عمومی بیشتر بوده است.

در پژوهشی دیگر، با عنوان «نقش فعالیت‌های اقتصادی در مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی»، پینسکایا، ملشچنکو، کووالچوک و کامپانتس^۲ (۲۰۲۱) کوشیده‌اند شیوه‌های بهبود ابزارهای عملی برای محاسبه و تدوین استراتژی‌های توسعه مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی در بنگاه‌های صنعتی را مطالعه و ارزیابی کنند. در این مطالعه، ابزارهایی برای ارزیابی سطح ابتکار زیست‌محیطی یک بنگاه صنعتی به‌عنوان شاخص یکپارچه ابتکار زیست‌محیطی پیشنهاد شده است. به‌عنوان میانگین حسابی ده عامل رفتار فعال محیطی شرکت‌های صنعتی بیان می‌شود. برای دستیابی به اهداف پژوهش، روش‌های ارزیابی معیاری- کیفی مانند ارزیابی تخصصی و پیمایشی پیشنهاد می‌شود. سیستم ارزیابی شامل ده عامل است که در یک مقیاس ۱۰ درجه‌ای رتبه‌بندی شده و بر اساس اهمیت وزن داده شده است. شاخص یکپارچه ابتکار زیست‌محیطی ارزش‌هایی را در درون به دست می‌آورد که محرک‌های مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی را نشان می‌دهد و نهایتاً نتیجه می‌گیرند که برای اطمینان از سطح بالایی از مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی، یک شرکت صنعتی باید بر یک استراتژی فعال یا یک استراتژی برای استفاده پایدار از طبیعت تکیه کند. همچنین سیویرو، خیمونز، دل آرمین و دیبه آبرو^۳ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر آگاهی زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی نسل‌ها»، با روشی توصیفی- پیمایشی، به این نتیجه دست یافته‌اند که افرادی که در معرض اطلاعات (فیلم و عکس و متن و غیره) مرتبط با یادگیری مسئولیت اجتماعی و پایداری زیست‌محیطی هستند، آگاهی زیست‌محیطی و رفتار مسئولانه زیست‌محیطی بیشتری دارند. به عبارتی هر چه دانش در مورد مسائل زیست‌محیطی بیشتر باشد، نگرش زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی بیشتر می‌شود.

در داخل کشور نیز پژوهش‌های بسیاری در این حوزه انجام شده است که به چند نمونه اشاره می‌شود. دسترس و خواجه نوری (۱۳۹۸)، در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین عوامل جامعه‌شناختی و رفتار زیست‌محیطی شهروندان شهر شیراز» نشان می‌دهند که بین عوامل جامعه‌شناختی، سن، آگاهی زیست‌محیطی، دانش زیست‌محیطی و پیوند عاطفی با محیط زیست، نگرش زیست‌محیطی، ارزش زیست‌محیطی، مسئولیت‌پذیری و انگیزه فردی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین، بین عوامل زمینه‌ای مانند جنسیت، وضعیت اشتغال و میزان درآمد با رفتار زیست‌محیطی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد متغیرهای مستقل آگاهی زیست‌محیطی، پیوند عاطفی با محیط زیست، جنسیت، سن، درآمد و مرکز کنترل، ۴۱/۷ درصد متغیر وابسته رفتار زیست‌محیطی را تبیین می‌کنند. در پژوهشی مشابه، با عنوان «سنجش سطح مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی: مطالعه موردی خراسان رضوی»، سجاسی قیداری، شایان و جلالی (۱۳۹۹)، به این نتیجه دست یافتند که صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به محیط و جامعه روستایی، احساس مسئولیت‌پذیری بیشتری داشته‌اند. همچنین این پژوهش که با روش توصیفی- تحلیلی انجام گردید نشان می‌دهد که طبق آزمون همبستگی، بین مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی و میزان اشتغال ایجاد شده (مستقیم، غیرمستقیم، محلی و غیرمحلی)، درآمد، تعداد

¹ Fu, L., Zhang, Y., Xiong, X. & Bai, Y.

² Pinskaya, M. Meleshchenko, O., Kovalchuk, O., Karpenko, O. & kompanets, E.

³ Severo, E. A., Guimarães, J. C. F. D., Dellarmelin, M. L., & Ribeiro, R. P.

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). جامعه‌شناسی

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان چهارم)

گردشگران و درجه اقامتگاه ارتباط معناداری وجود دارد. و سرانجام این که رضادوست و طوافی (۱۴۰۰)، پژوهشی با عنوان «تبیین مدل ارتباطی فرهنگ شهروندی و سبک زندگی سلامت زیست محیطی» به انجام رسانده‌اند. جامعه آماری ۶۶۰ نفری در سه شهر استان همدان را با روش پیمایش و نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای مورد آزمون قرار دادند. نتایج پژوهش آنها حکایت از آن دارد که رابطه معناداری بین فرهنگ شهروندی (۰/۳۶) و سبک زندگی سلامت زیست‌محیطی وجود دارد. به بیان دیگر، ابعاد فرهنگ شهروند که شامل برخورداری از حقوق شهروندی اجتماعی، تمایل به انجام تعهدات شهروندی، فرهنگی و غیره است رابطه معناداری با سبک زندگی زیست‌محیطی دارد.

پژوهش حاضر تلاش دارد با نگاهی متفاوت به نقش جامعه‌پذیر کردن نسل‌ها در رسیدن به اهداف مصرف سبز بپردازد و مفروض می‌دارد که با پرورش سواد زیست‌محیطی با کمک ابزارهای آموزشی اقدامات مسئولانه و محترمانه در حوزه محیط زیست نیز بیشتر صورت خواهد گرفت.

۲-۲: ملاحظات نظری

مسائل زیست‌محیطی در صورتی معضل اجتماعی محسوب می‌شوند که جامعه و گروه‌های اجتماعی آن را به‌عنوان معضل اجتماعی به رسمیت بشناسند (مشونیتس، ۱۳۹۵: ۶۰). بر ساخت‌گرایان مدعی‌اند که مسائل اجتماعی آن چیزهایی‌اند که مردم فکر می‌کنند مسئله هستند. بدین ترتیب، آنها رویکردهای عینی و ساختاری در تحلیل مسائل اجتماعی را به چالش کشیده‌اند (هانینگن، ۲۰۰۶: ۶۳). بر ساخت‌گرایی بر نقش ذهن بشر در پذیرش مسائل اجتماعی به عنوان موقعیتی مشکل‌زا و گسترده و شایع تأکید دارد. از این منظر، مسائل زیست‌محیطی در جامعه و به‌صورت اجتماعی خلق و برساخته می‌شوند و این فرآیند ساخته‌شدن می‌تواند آزموده و فهمیده و سپس تبیین شود. در فرآیند ساخته‌شدن یک مسئله زیست‌محیطی آشکار می‌شود که آیا آن مسئله واقعاً آن‌طور که ادعاکنندگان مطرح می‌کنند جدی است یا خیر (ساتن، ۱۳۹۲: ۴۲). تلاش این نظریه تأکید بر رفتارهای اجتماعی ممکن در مقابل رفتارهای اجتماعی ضروری است. به این معنی که بسیاری از مفاهیم چون باران اسیدی، گرمایش زمین، گودال‌های اسیدی، بحران انرژی، سوراخ شدن یا نازک شدن لایه اوزون، بالا آمدن سطح آب دریاها و غیره به خودی خود معنی‌دار نیستند، مگر اینکه درکی از این مفاهیم و اهمیت آن به وجود آید. به عبارت دیگر این مفاهیم برساخته زندگی بشری هستند و جدا از آن مفهومی ندارند (هانینگن، ۱۳۹۳: ۱۸۱). بدین ترتیب، از منظر این رویکرد پرسش این است که چه رفتارهایی باعث فروپاشی یک اکوسیستم می‌شود؟ فرض بر این است که فعالیت‌های انسانی بر روی اکوسیستم‌ها اثرات غیر قابل پیش‌بینی و شگفت‌انگیز و بحران‌زایی به همراه دارد و تغییراتی به دنبال می‌آورد که محیط زیست را به آستانه بحران می‌کشاند (واشنگتن، ۲۰۱۲: ۵۲). طیف وسیعی از ارزش‌های غیرمادی وجود دارد که ما از طبیعت استخراج می‌کنیم. به عبارتی طبیعت دارای ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و تفریحی برای بشریت است. خدمات اکوسیستمی دارای رشته وسیعی از خدمات فرهنگی است که گاه مزایای مادی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و شامل ارزش‌های معنوی و مذهبی، ارزش‌های آموزشی، الهام‌بخشی، ارزش‌های زیبایی‌شناختی، تفریح و گردشگری و از این قبیل می‌باشد.

آنتونی گیدنز در متن تأملاتی که پیرامون مدرنیته متأخر و تشدید پیامدهای آن دارد به مفهوم ریسک و مقوله جامعه ریسک‌آلود اشاره می‌کند. عمده‌ترین پیامد ریسک و اصلی‌ترین مشخصه جامعه پرخطر تهدیدی است که علیه محیط زیست ایجاد می‌کند. مدرنیته نمادی از جهانی پویا و دارای تغییرات سریع و گسترده در قیاس با نظام‌های پیشین است که در برخی حوزه‌ها موجب کاهش مسائل مخاطره‌آمیز شده اما در برخی دیگر مشکلات متعددی را به‌وجود آورده است (گیدنز، ۱۳۸۷). درست به‌مانند گیدنز، الریش بک نیز بر پیدایش و رشد جامعه مخاطره‌آمیز، که از دید او آکنده از مخاطرات بیوتکنولوژیکی، هسته‌ای و شیمیایی است، صحنه می‌نهد و معتقد است پیامدهای ناخواسته کنش‌های بشری در چنین جامعه‌ای را فقط با اتکا به نظرات متخصصان نمی‌توان پیش‌بینی و حل کرد. در عوض باید به پتانسیل‌های همه گروه‌های اجتماعی اتکا کرد که شیوه‌های تعاملات بین آنها در این زمانه منجر به رشد ظرفیت خودانتقادی در جامعه شده و از این طریق می‌توان راه‌حلی برای مسایل

¹ Hannigen, J.

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان چهارم). جامعه‌شناسی

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان چهارم)

و معضلات برآمده از جامعه پرمخاطره معاصر پیدا کرد. به نظر بک، اگرچه مدرنیته یا نئولیبرالیسم پیشرفته باعث ایجاد جامعه‌ای پرخطر و بروز مسائل و خطرات غیرانسانی شده است، اما همواره این امکان را فراهم نموده که انسان قابلیت بازنگری درباره خود، روابطش با دیگران و بازسازی جامعه را داشته باشد (بک، ۱۴۰۰).

در چارچوب یک برنامه پژوهشی دیگر، که نسخه‌ای متأخر از اقتصاد سیاسی مارکسیستی و جامعه‌شناسی نو وبری است، نظریه‌پردازی به اسم اشناایبرگ^۱ به تشریح روابط متناقضی که بین توسعه اقتصادی و اختلال زیست‌محیطی وجود دارد می‌پردازد و برای تحلیل این مسئله اصطلاح «تردمیل تولید»^۲ را به کار می‌برد. مقصود او از کاربرد این اصطلاح تأکید بر این نکته است که در زمانه کنونی از محیط زیست بیش از محدودیت‌های فیزیکی و ظرفیت آن بهره‌کشی می‌شود. در جامعه معاصر که یک جامعه مصرفی و زیر سیطره فرهنگ مصرفی است، کنشگران تحت تأثیر تبلیغات دایماً به ارتقای نیازهای اقتصادی بیشتر فکر می‌کنند. در این زمانه تولید انبوه که دایماً مصرف انبوه را با خود به همراه دارد، اغلب جوامع در مسیر چرخه تولید مضاعف عملاً به نقطه‌ای رسیده‌اند که جز تخریب محیط زیست و شرایط بحرانی نام دیگری بر آن نمی‌توان نهاد (هانینگن، ۱۳۹۴: ۳۲). دیوید اور^۳، مصادیق تخریب محیط زیست همچون ضایعات شیمیایی، زباله‌های شهری و غیره ذیل مقوله‌ای به نام پارادایم بی‌ارزش شدن زیباشناسی فهم و تحلیل می‌کند. به باور او، ظرفیت درک زیبایی‌شناسی انسان امروزی کاهش یافته است و همین امر بر بی‌سوادی زیست‌محیطی انسان‌ها اشاره دارد. از دید او، سواد زیست‌محیطی توانایی افراد برای درک مجموعه نظام‌های طبیعی است که توانایی حمایت از زندگی در زمین را دارا هستند و بحران زیست‌محیطی حاکی از اختلال و بحران‌های آموزشی و فرهنگی جوامع مدرن است (مسنی^۴، ۲۰۱۴: ۴۱). ریس^۵ (۲۰۰۸) نیز استدلال می‌کند که امروزه وجود یک جامعه آگاه که در آن احساس مسئولیت کنشگران ورای مرزهای بین‌المللی باشد نیاز است. فقط در چنین جامعه‌ای است که با لحاظ عدم قطعیت‌های علمی در مورد فرآیندهای اکوسیستم به مسائل زیست‌محیطی پرداخته می‌شود (ریس، ۲۰۰۸: ۵۰). شبکه‌های اجتماعی که کاربران را در معرض محرک‌های مختلف قرار می‌دهند، نقش مهمی در شکل‌گیری سواد زیست‌محیطی دارند چرا که این رسانه‌ها پل ارتباطی آنلاین و آفلاین بین بخش‌های فردی و تجاری هستند (گالیاکال^۶، ۲۰۱۶). و سرانجام کامیلیری (۲۰۰۷) عنوان می‌کند که صاحبان کسب‌وکارها و سازمان‌ها و حتی افراد معمولی زمانی درگیر مسئله پایداری و رفتارهای مسئولانه اجتماعی و فرهنگ مصرف سبز می‌شوند که بدانند منافع درازمدتی را به دست خواهند آورد، چرا که شیوه زیست‌محیطی مناسب، منافع و فرصت‌هایی مثل صرفه‌جویی در هزینه و کارایی عملیاتی مثبت را برای مردم و شرکت‌ها به همراه خواهد داشت (کاملیری، ۲۰۱۷: ۴۱-۴۲). بدین‌سان، رویکرد نظری پژوهش حاضر بر یک‌سری مقولات محوری استوار است که تشریح آنها به درک و صورت‌بندی خود این رویکرد کمک می‌کنند. برخی از این مقولات به ترتیب زیر هستند:

سواد زیست‌محیطی: این مقوله دلالت بر کسب شناخت و آگاهی پیرامون الزامات و اقتضات محیط زیست دارد و نگرش‌ها، ارزش‌ها، باورها، رفتارها و مهارت‌های مرتبط با این حوزه، که واجد کارکردهای پنهان و آشکار در زمینه برخورداری از محیطی پایدار هستند، را در بر می‌گیرد (سلیمان‌پور و همکاران، ۲۰۱۵). این اصطلاح مبتنی بر این پیش‌فرض است که بسیاری از مشکلات زیست‌محیطی را می‌توان با افزایش دانش عمومی و اصلاح رفتارهای همگانی برطرف کرد (صالحی، ۲۰۱۰). محققانی دیگری بر این باورند که سواد زیست‌محیطی همچنین شامل درک و شناخت هزینه‌ها و فوایدی است که از رهگذر پیوند بین انسان و محیط طبیعی عاید او می‌شود (کندی و مک‌کیور، ۲۰۰۹). از همین روست که نقش سواد زیست‌محیطی مدیران شرکت‌ها در اجرای استراتژی‌های مدیریتی مرتبط با محیط زیست بسیار اهمیت می‌یابد. به‌طور خلاصه، سواد زیست‌محیطی با اعتقادات افراد در مورد علل مسائل محیطی، نگرش‌ها و کردارهای زیست‌محیطی آنها، و نیز تلقی‌ای که از فرهنگ مصرف دارند کاملاً پیوند دارد (سیویرو، ۲۰۱۹: ۱).

¹ Shnaiberg

² treadmill of production

³ David Orr

⁴ Mastny, L.

⁵ Rees, W.

⁶ Ghalieta, M

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان چهارم). جامعه‌شناسی

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی: این اصطلاح به معنای تعهد و عملکرد نهادها، گروه‌ها و افراد در جهت ایجاد تغییرات مثبت در رابطه بین انسان و محیط زیست است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی ابعاد متنوع دارد و عمده‌ترین خصلت بشری است که بقای ما انسان‌ها را به‌میانجی اتخاذ تعهدی همدلانه در قبال طبیعت و همزیستی مسالمت‌آمیز با آن تضمین می‌کند (سوخدوف، ۲۰۱۰). از این منظر دوستی با محیط زیست وجه دیگری از «انسان‌دوستی» است و داشتن تعهد فردی و جمعی نسبت به طبیعت معادل اتخاذ راه‌حل‌های پیشگیرانه برای چالش‌های اجتماعی و فرهنگی و دیگر عرصه‌های زندگی است (واسیلسکو، ۲۰۱۰: ۷۷).

فرهنگ مصرف سبز: فرهنگ مصرف سبز به مجموعه‌ای از عادات، رفتارها و تصمیمات مرتبط با استفاده بهینه از منابع طبیعی و کاهش تأثیرات منفی بر محیط زیست اطلاق می‌شود. فرهنگ مصرف سبز ارائه‌دهنده قوانین و هنجارهای لازم برای یک زندگی اجتماعی در راستای کاهش آسیب‌های زیست‌محیطی است. بودریار جامعه مصرفی را درگیر اسطوره مصرف می‌داند. از دید او، انسان مصرف‌کننده به‌جای آن‌که به جبران کمبودهای اجتماعی - سیاسی برآید و به آن فکر کند که چگونه توانسته است مجال هر کنش معقولی را از خود سلب کند، بیشتر و بیشتر درگیر منطق مصرف می‌گردد تا فقدان‌ها و ناکامی‌های جمعی خود را تحت ارضای نیازهای فردی‌اش از یاد ببرد (بودریار، ۱۳۹۴: ۱۰۷-۱۱۱). بدین ترتیب، جامعه مدرن با تقویت فرهنگ مصرف و افزایش تکنولوژی‌های مخرب هر چه بیشتر به تشدید و تسریع این فرآیندهای مخرب زیست‌محیطی کمک کرده است.

۳- روش پژوهش

این مطالعه از نوع کمی است و با استفاده از روش پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری کلیه ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر جهرم می‌باشد و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برابر با ۴۲۴ نفر تعیین شد. هدف از انتخاب این جامعه آماری، مطالعه سطح سواد زیست‌محیطی و اقدامات مسئولانه موازی با فرهنگ مصرف سبز در بین نسل نوجوان تا سالخورده در شهر جهرم است. میزان ریزش نمونه‌ها نیز ۲۰ درصد در نظر گرفته شد و پرسشنامه‌هایی که ناقص تکمیل شده بودند، از فرایند تجزیه و تحلیل کنار گذاشته شدند. نمونه‌ها به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. بدین ترتیب که نخست شهر جهرم در قالب محلات مختلف (از نظر وضعیت اقتصادی و اجتماعی) تقسیم‌بندی شد و سپس نمونه‌ها به فراخور محلات تخصیص یافتند. سپس از هر محله سه خیابان، از هر خیابان چهار کوچه و از هر کوچه به‌طور متوسط ۶ پلاک تا تکمیل حجم نمونه انتخاب شدند.

برای سنجش متغیر فرهنگ مصرف سبز (متغیر وابسته) ۱۰ سوال متشکل از ۳ بعد شامل؛ بعد اجتماعی (۳ سوال)، بعد زیست‌محیطی (۳ سوال) و بعد اقتصادی (۴ سوال) در قالب طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای استفاده شده است. سپس با میانگین‌گیری از این سوالات متغیر فرهنگ مصرف سبز در سطح فاصله‌ای ایجاد گردید. همچنین برای سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی، به‌عنوان یکی از ابعاد مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی، از ۱۲ سوال در قالب طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای بهره گرفته شده است. متغیر سواد زیست‌محیطی نیز در قالب ۳ بعد؛ سواد زیست‌محیطی عام (۵ سوال)، سواد مصرف بهینه در مورد آب (۳ سوال) و سواد زیست‌محیطی در مورد بازیافت (۴ سوال) در مجموع ۱۲ سوال در قالب طیف لیکرت بهره گرفته شده است. این متغیرها نیز با میانگین‌گیری از سوالات مذکور در سطح فاصله‌ای ایجاد شدند.

برای ارزیابی اعتبار پرسشنامه از اعتبار محتوایی (نوع صوری) بهره گرفته شد، به‌طوری که سوالات در اختیار اساتید راهنما و مشاور قرار گرفت و تایید گردید. برای ارزیابی پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه‌های فرهنگ مصرف سبز، مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی و سواد زیست‌محیطی بالای ۰/۷ حاصل گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آماره‌های توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در بخش آمار توصیفی برای توصیف متغیرهای فاصله‌ای از آماره‌های میانگین و انحراف معیار بهره گرفته شده است. در تحلیل‌های دو متغیره که با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲

¹ Sukhdev, P.

² Vasilescu, R

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). جامعه‌شناسی

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

تحلیل شدند، با در نظر گرفتن سطوح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون همبستگی پیرسون برای متغیرهای فاصله‌ای و همچنین برای تحلیل‌های چند متغیره نیز از نرم‌افزار LISREL استفاده شده است.

۴- تحلیل یافته‌ها

در مطالعه حاضر ۲۰۸ نفر (۴۹/۱ درصد) از پاسخگویان زن و ۲۱۹ نفر نیز (۵۰/۹ درصد) نیز مرد می‌باشند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۵/۱ سال بود که کم‌سن‌ترین پاسخگو ۱۸ سال و مسن‌ترین پاسخگو ۶۵ سال داشت. در جدول شماره ۱ اطلاعات توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق ارائه شده است. براساس نتایج این جدول، دامنه تغییرات متغیر فرهنگ مصرف سبز بین ۱/۴۴ و ۴/۶ قرار دارد و میانگین متغیر مذکور برابر با ۳/۳۷ (معادل ۶۱/۱ در یک مقیاس ۱۰۰-۰) با انحراف استاندارد ۰/۶۹ می‌باشد. این میزان نشانگر آن است که نمره متغیر فرهنگ مصرف سبز در میان پاسخگویان تا حدودی بالاتر از متوسط می‌باشد. طبق جدول شماره ۲، دامنه تغییرات متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی در بازه ۱/۷۵ و ۴/۶۷ می‌باشد و میانگین این متغیر نیز برابر با ۲/۲۷ (معادل ۵۲/۱ در یک مقیاس ۱۰۰-۰) و انحراف استاندارد ۰/۶۴ است که بیانگر آن است میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی پاسخگویان در حد متوسط می‌باشد. همچنین دامنه تغییرات متغیر سواد زیست‌محیطی نیز بین ۱/۲۵ و ۳ قرار دارد و میانگین متغیر مذکور برابر با ۲/۵ (معادل ۷۱/۴ در یک مقیاس ۱۰۰-۰) با انحراف استاندارد ۰/۳۷ می‌باشد. این میزان نشانگر آن است که میزان سواد زیست‌محیطی پاسخگویان بالاتر از حد متوسط می‌باشد.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	ابعاد متغیرها	حداقل	میانگین		حداکثر	انحراف استاندارد
			آماره	انحراف معیار		
فرهنگ مصرف سبز	شاخص کل	۱/۴۴	۳/۳۷	۰/۰۳۴	۴/۶	۰/۶۹
	بعد اجتماعی	۱/۳۲	۳/۳۵	۰/۰۴۱	۵	۰/۸۴
	بعد اقتصادی	۱/۲۵	۳/۳۲	۰/۰۳۸	۵	۰/۷۸
	بعد زیست‌محیطی	۱	۳/۴۴	۰/۰۴۲	۵	۰/۸۷
سواد زیست‌محیطی	شاخص کل	۱/۲۵	۲/۵	۰/۰۱۸	۳	۰/۳۷
	بعد عام	۱	۲/۷۲	۰/۰۲	۳	۰/۴۱
	بعد مصرف بهینه آب	۱	۲/۵۸	۰/۰۲۵	۳	۰/۵۲
	بعد سواد بازیافت	۱	۲/۱۵	۰/۰۲۲	۳	۰/۴۵
مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی		۱/۷۵	۳/۲۷	۰/۰۳۱	۴/۶۷	۰/۶۴

یافته‌های استنباطی

برای آزمون همبستگی میان متغیرهای تحقیق از آزمون I² پیرسون استفاده شده است که نتایج در جدول شماره ۲ آورده شده است. براساس نتایج این جدول، رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی و فرهنگ مصرف سبز با عنایت به اینکه سطح معناداری روابط میان آن‌ها کمتر از ۰/۰۵ (برابر با ۰/۰۰۰) به لحاظ آماری معنادار می‌باشد ($P < ۰.۰۱$). جهت رابطه نیز به صورت مثبت و ضریب همبستگی‌شان نیز برابر با ۰/۴۵۹ می‌باشد. بدین معنا که با افزایش میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی، میزان فرهنگ مصرف سبز نیز به صورت معناداری افزایش می‌یابد. همچنین رابطه میان مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی و ابعاد فرهنگ مصرف سبز شامل؛ ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی نیز همگی در جهت مثبت از نظر آماری معنادار می‌باشد.

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). جامعه‌شناسی

فرهنگ و هنر، ۶ (۴)، ۱۴-۲۵.

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

براساس نتایج جدول ۲، رابطه میان سواد زیست‌محیطی و فرهنگ مصرف سبز نیز با توجه به اینکه سطح معناداری ضرایب همبستگی مربوطه کوچک‌تر از ۰/۰۵ است ($P < 0.01$)، نشان از ارتباط معنادار آماری بین متغیرهای مذکور بوده و جهت هر دو رابطه نیز به صورت مثبت می‌باشد. بدین صورت که با افزایش میزان سواد زیست‌محیطی، میزان فرهنگ مصرفی سبز نیز بالا می‌رود. همچنین روابط میان ابعاد سواد زیست‌محیطی و ابعاد فرهنگ مصرف سبز در جدول شماره ۲ خلاصه شده است.

جدول ۲: نتایج ضرایب همبستگی Γ پیرسون

مسئولیت اجتماعی زیست محیطی			آزمون Γ پیرسون	
۰/۴۵۹			ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰			سطح معنی‌داری	
۰/۳۶۹			ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰			سطح معنی‌داری	
۰/۳۱۱			ضریب همبستگی	
۰/۰۰۱			سطح معنی‌داری	
۰/۲۹۴			ضریب همبستگی	
۰/۰۰۱			سطح معنی‌داری	
ابعاد سواد زیست محیطی			آزمون Γ پیرسون	
سواد زیست محیطی			آزمون Γ پیرسون	
بعد سواد بازیافت	مصرف بهینه آب	سواد عام	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
۰/۱۱۵	۰/۱۸۹	۰/۱۴۵	۰/۱۶۶	۰/۰۰۱
۰/۰۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
۰/۰۲۰	۰/۱۷۱	۰/۱۴۱	۰/۱۳۴	۰/۰۰۶
۰/۶۸۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۶	۰/۰۰۶
۰/۰۵۷	۰/۱۳۴	۰/۰۷۸	۰/۱۲۵	۰/۰۰۷
۰/۲۴۷	۰/۰۰۰	۰/۲۴۵	۰/۰۰۷	۰/۰۰۷
۰/۰۱۶	۰/۱۱۵	۰/۰۹۳	۰/۱۰۳	۰/۰۰۳
۰/۷۴۷	۰/۰۴۵	۰/۰۵۸	۰/۰۳۴	۰/۰۳۴

مدل تحلیلی پژوهش

برای ارزیابی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی (به عنوان متغیر میانجی) و سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز (به صورت مستقیم و غیرمستقیم) از مدل ساختاری استفاده شده است. براساس نتایج جدول ۳، متغیر سواد زیست‌محیطی هم تأثیر مستقیم (با تأثیر ۰/۰۵) و هم تأثیر غیرمستقیم (از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی) بر فرهنگ مصرف سبز دارد که در مجموع تأثیر کل سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز برابر با ۰/۲۷ می‌باشد که جهت آن نیز مثبت می‌باشد. بدین معنا که افزایش یک واحد استاندارد در میزان سواد زیست‌محیطی موجب می‌شود میزان فرهنگ مصرف سبز با ضریب ۰/۲۷ به صورت معناداری افزایش یابد. متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی فقط به صورت مستقیم (۰/۴۸)، متغیر فرهنگ مصرف سبز را تحت تأثیر قرار داده است. بدین صورت که با افزایش یک واحد استاندارد در میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی موجب می‌شود، میزان فرهنگ مصرف سبز با ضریب ۰/۴۸ بصورت معناداری افزایش یابد. نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که متغیرهای مستقل تحقیق در مجموع توانسته‌اند ۲۱ درصد از تغییرات فرهنگ مصرف سبز را تبیین کنند. که در این میان، تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی بیش از سواد زیست‌محیطی می‌باشد.

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

جدول ۳: تأثیرات استاندارد متغیرهای مستقل بر فرهنگ مصرف سبز

ضریب تبیین تبیین	نوع تأثیر			متغیرها
	تأثیرات کل	تأثیرات غیرمستقیم	تأثیرات مستقیم	
۰/۲۱	۰/۲۷**	۰/۲۲**	۰/۰۵	سواد زیست محیطی
	۰/۴۸**	-	۰/۴۸**	مسئولیت‌پذیری زیست محیطی

* معناداری ضریب در سطح کم‌تر از ۰/۰۵ ** معناداری ضریب در سطح کم‌تر از ۰/۰۱

۵- بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر کاوشی در پیچیدگی چالش و بحران زیست‌محیطی در محدوده شهر جهرم است. متغیرهای اصلی تحقیق فرهنگ مصرف سبز، سواد زیست‌محیطی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی است و ابعاد متغیرها شامل بعد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی است. همچنین مصرف بهینه آب و سواد بازیافت نیز دو بعد عام تحقیق به شمار می‌آیند که با هدف مطالعه ایده فرهنگ مصرف سبز در شهر جهرم مورد سنجش قرار گرفت. بر اساس نتایج تحقیق، حد متوسطی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی و فرهنگ مصرف سبز در بین شهروندان شهر جهرم دیده می‌شود. همچنین دامنه تغییرات متغیر سواد زیست‌محیطی نیز نشانگر آن است که میزان سواد زیست‌محیطی پاسخگویان بالاتر از حد متوسط می‌باشد. نتایج آزمون همبستگی و r^2 پیروان تحقیق نیز حاکی از این است که رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی و فرهنگ مصرف سبز با عنایت به سطح معناداری کمتر از ۵/۰ جهت رابطه مثبت و ضریب همبستگی ۴۵۹/۰ بدین معناست که با افزایش میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی میزان فرهنگ مصرف سبز نیز افزایش می‌یابد. همچنین رابطه میان سواد زیست‌محیطی شهروندان شهر جهرم با متغیر فرهنگ مصرف سبز با ضریب همبستگی کوچکتر از ۵/۰ یک رابطه معنادار و مثبت استنباط می‌شود که با افزایش سطح سواد زیست‌محیطی، فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ مصرفی سبز نیز بالا می‌رود.

بنابراین متغیر سواد زیست‌محیطی در بین پاسخگویان هم تأثیر مستقیم و هم تأثیر غیرمستقیم (از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی) بر فرهنگ مصرف سبز دارد که در مجموع تأثیر کل سواد زیست‌محیطی و فرهنگ مصرف سبز برابر با ۲۷/۰ می‌باشد که جهت آن نیز مثبت است. متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی فقط به صورت مستقیم (۴۸/۰) متغیر فرهنگ مصرف سبز را تحت تأثیر قرار داده است. در نتیجه تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی شهروندان شهر جهرم بر فرهنگ مصرف سبز بیشتر از سواد زیست‌محیطی است که مطابق با پژوهش فو و همکاران (۲۰۱۸) است که نشان دادند رفتارهای زیست‌محیطی همچون مسئولیت‌پذیری در میان سه گروه دانشجویان، مدیران و اعضاء هیئت علمی رایج تر از سواد زیست‌محیطی بوده و آگاهی زیست‌محیطی در سطح پایین‌تری نسبت به رفتار زیست‌محیطی قرار گرفته است. همچنین نتایج تحقیق حاضر در جهت تایید پژوهش دسترس و خواجه‌نوری (۱۳۹۸) است که به مطالعه عوامل جامعه‌شناختی موثر بر رفتار زیست‌محیطی در شهر شیراز پرداختند و نتیجه حاکی از رابطه معنادار (۴۱/۷ درصد) بین آگاهی زیست‌محیطی، مسئولیت، انگیزه و نگرش زیست‌محیطی می‌باشد.

یافته‌های حاضر گویای این واقعیت است که سواد زیست‌محیطی شهروندان شهر جهرم نیز به نسبت بالاست اما در هر صورت، حیاتی بودن رسیدگی به مخاطرات در شهری که خود با چالش‌های خشکسالی، از بین رفتن باغات، نخلستان‌ها و غیره دست به گریبان است، نیاز بیشتری به تلاش و همکاری مردم و مسئولان در ارتقاء بخشیدن به سطح سواد زیست‌محیطی شهروندان دارد. بر اساس چارچوب نظری و تبیین مدل تحلیلی تحقیق باید اظهار داشت که سواد زیست‌محیطی، عادات مصرف جدید (مصرف سبز) را تقویت می‌کند و وضعیت جدیدی از مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی را به وجود می‌آورد. طبق گفته سیورو و همکاران بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). جامعه‌شناسی

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

(۲۰۱۹) امروزه بشریت ارتباط تنگاتنگی با فضای دیجیتال و رسانه‌ای برقرار کرده و برای شناسایی بهتر توسعه پایدار، پرداختن به کلیه مباحث فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و زیست‌محیطی به‌طور همزمان ضروری می‌باشد. همچنین بنابر یافته‌های علمی آبه و همکاران (۲۰۲۲) می‌توان گفت که حفظ، نگهداری و بهبود محیط زیست و منابع طبیعی تنها در صورتی امکان‌پذیر خواهد بود که از تمامی ظرفیت‌های موجود یک جامعه در این راستا استفاده شود و سیاست‌گذاری به نحوی باشد که در بلندمدت بیشترین منفعت را برای نسل‌های مختلف ایجاد کند، امری که مهم‌ترین لازمه آن ارتقا و بهبود مسئولیت اجتماعی است. مسئولیت اجتماعی دولت، بخش خصوصی و مردم تنها با افزایش سواد زیست‌محیطی نسبت به اثرات مثبت وجودی و منفی نبود یا کمبود آن ایجاد خواهد شد. توسعه پایدار و دستیابی به آن جز از طریق حساس‌سازی و فعال‌سازی بازیگران اصلی مسئولیت اجتماعی و ارتقای سطح آن در جامعه ممکن نیست.

مطابق با یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان پیشنهاد کرد که به‌کارگیری فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، زمینه گفتگو و تعامل و مشارکت توسعه‌ای را در بین مردم و فرهنگ‌ها فراهم می‌کند و هر چقدر دولت‌ها و سازمان‌ها از قدرت فناوری و موتور جستجوی بهتری برخوردار باشند در این فرایند موفق‌تر عمل می‌کنند. اکنون شبکه‌های اجتماعی نقش اساسی برای همکاری جمعی در آگاه‌سازی و پرورش حس مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی افراد برای حل این بیکرانگی چالش زیست‌محیطی دارد و در ترویج فرهنگ مصرفی سبز در ایران نیز می‌بایست جایگاه ویژه‌ای برای آن قائل شد. بنابراین اکنون وقت آن رسیده است که به مطالعه و کاربرد اصطلاحاتی نوین و روش‌های فرهنگی، اجتماعی - اقتصادی و سیاسی تازه‌ای در پرورش فرهنگ مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی و تقویت آگاهی سبز، در جهت حفظ زیستگاه‌های طبیعی در سطح جهانی پرداخته شود. پژوهش حاضر نیز همچون سایر مطالعات رفتار اجتماعی - فرهنگی با محدودیت‌هایی روبه‌رو بود اما نگاهی جدی است به یکی از مهم‌ترین ابزارها برای رسیدن به ایده مصرف سبز و رشد احساس مسئولانه زیست‌محیطی که همانا نحوه جامعه‌پذیر کردن نسل‌ها در پیوند با طبیعت است. در پایان می‌توان اینگونه جمع‌بندی نمود که سواد زیست‌محیطی همیشه با واسطه فرایندهای فرهنگی بوده است و متعاقب آن مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی عامل مهمی در بروز رفتارهای متناسب با الگوهای مناسب فرهنگ مصرفی سبز هستند و برنامه‌ریزان می‌بایست نتیجه تحقیقات علمی را در جهت تقویت رفتارهای سازگار نسبت به طبیعت در بین شهروندان جامعه به‌کار گیرند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

مشارکت نویسندگان

مقاله محصول مشارکت مشترک نویسندگان است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- بک، الریش (۱۴۰۰). *جامعه خطر؛ به‌سوی مدرنیته‌ای نوین*. ترجمه: رضا فاضل و مهدی فرهمندزاد، تهران: نشر ثالث.
بودریار، ژان (۱۳۹۴). *جامعه‌ی مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها*. ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.
دسترس، فرناز و خواجه نوری، بیژن (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین عوامل جامعه‌شناختی و رفتار زیست‌محیطی شهروندان شهر شیراز. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۰ (۴)، ۳۵-۵۸.

بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم)

- رضادوست، کریم و طوافی، پویا (۱۴۰۰). تبیین مدل ارتباطی فرهنگ شهروندی و سبک زندگی سلامت زیست‌محیطی (جامعه مورد مطالعه شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن در استان همدان). *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۴۶ (۱۲)، ۹۳-۳۱. ساتن، فیلیپ (۱۳۹۲). *درآمدی بر جامعه‌شناسی محیط زیست*. ترجمه صادق صالحی، تهران: انتشارات سمت.
- سجاسی قیداری، حمدالله؛ شایان، حمید و فعال جلالی، امین (۱۳۹۸). کسب و کارهای مسئولانه: سنجش سطح مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی، مطالعه موردی خراسان رضوی. *فصلنامه پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۴ (۳۱)، ۱۱۵-۱۳۲.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). *قدرت ارتباطات*. ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). *جهان رهاشده*. ترجمه علی‌اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران: نشر علم و ادب.
- مشونیس، جان (۱۳۹۵). *مسائل اجتماعی*. ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- هانینگن، جان (۱۳۹۲). *جامعه‌شناسی محیط زیست*. ترجمه صادق صالحی، تهران: انتشارات سمت و دانشگاه مازندران.
- هانینگن، جان (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی محیط زیست*. ترجمه موسی عنبری و همکاران، انتشارات دانشگاه تهران.

References

- Abe, H., Fritsch, M., & Wenning, M. (2022). *Environmental Philosophy and East Asia: Nature, Time, Responsibility* (1st ed.). Routledge.
- Beghetto, V., Gatto, V., Samiolo, R., Scolaro, C., Brahimi, S., Facchin, M., & Visco, A. (2023). Plastics today: Key challenges and EU strategies towards carbon neutrality: A review. *Environmental Pollution*, 122102.
- Brown, L. (2011). *World on the Edge: How to Prevent Environmental and Economic Collapse*. New York: W.W. Norton & Co.
- Camilleri, M. A. (2017). *Corporate sustainability, social responsibility and environmental management*. Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Droz, Layna (2021). *The Concept of Milieu in Environmental Ethics, Individual Responsibility within and Interconnected World*. Routledge.
- Fu, L., Zhang, Y., Xiong, X. & Bai, Y. (2018). Pro- Environmental Awareness and Behaviors on Campus: Evidence from Tianjin, China. *Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14 (1), 427-445.
- Ghaliatal, M. R., Frayret, J. M., & Robert, J. M. (2016). Green social networking: concept & potential applications to initiate industrial synergies. *Jour. of Cleaner Production*, 115, 23-35
- Hailwood, S. (2005). Environmental Citizenship as Reasonable Citizenship. *Environmental Politics*, 14:2, 195-210
- Hannigen, J. (2006). *Environmental Sociology*. Routledge.
- Heiskanen, E., Mont, O., & Power, K. (2014). A map is not territory-making research more helpful for sustainable consumption policy. *Journal of Consumer Policy*, 37(1), 27-44.
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2019). Consumers' sustainable purchase behaviour: Modeling the impact of psychological factors. *Ecological economics*, 159, 235-243.
- Lomônaco, J. F. B., Cabral, C. P., Ulasowicz, C., Quinelato, P. T., Villagran, P. A. B., & Zampieri, T. C. R. C. (2010). Conceito de responsabilidade social de gestores e empregados. *Psicologia Ciência e Profissão*, 30(1), 200-211.
- Mastny, L. (2014). *State of The World 2014: Governing for Sustainability*. Washington: Island Press/Center for Resource Economics.
- Mattila, A. S., & Hanks, L. (2012). Antecedents to participation in corporate social responsibility programs. *Journal of Service Management*, 23(5), 664-676.
- McIntosh, M. (2003). *Raising a Ladder to the Moon: The Complexities of Corporate Social & Environmental Responsibility*. 1st Edition, New York: Palgrave MacMillan.
- Panwar R, Han X, Hansen E, (2010). A Demographic Examination of Societal Views on Corporate Social Responsibility in the us Forest Products Industry. *Forest Policy and Economics*, 12 (2), 121- 28.
- Pinskaya, M. Meleshchenko, O., Kovalchuk, O, Karpenko, O. & kompanets, E. (2021). Modelling the Impact of Environmental Responsibility on the Development of Enterprises. *Global Journal of Environmental Scientific Management*, 7 (4), 503-522.
- بررسی تأثیر سواد زیست‌محیطی بر فرهنگ مصرف سبز با نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی (مطالعه موردی: شهروندان جهرم). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۱۴-۲۵.

- Rees, W. (2008). 'Toward sustainability with justice: Are human nature and history on side?', in *Sustaining Life on Earth: Environmental and Human Health through Global Governance*. ed. C. Soskolne, New York: Lexington Books.
- Ritzer, G. (2002). *Encyclopedia of Social Theory*. (2), London: Sage Publication.
- Roberts, J., & Bacon, D. (1997). Exploring the subtle relationships between environmental concern & ecologically conscious consumer behavior. *Jour. of Business Research*, 40, 79-89.
- Roth, C. L. (1992). *Environmental Literacy: Its Roots, Evolution and Directions in the 1990s*. Columbus, OH: ERIC Clearinghouse for Science, Mathematics and Environmental Education.
- Salehi, S. (2010). *People & the Environment: A Study of Environmental Attitudes & Behaviors in Iran*. Lambert Academi9c Publishing.
- Salonen, A. Idowu, S., Capaldi, N., Zu, L. & Das Gupta, A. (2013). Responsible Consumption, Ency. of *Corporate Social Responsibility*. Berlin: Springer, 2048-2055.
- Sekerka, L. E., & Stimel, D. (2011). How durable is sustainable enterprise? Ecological sustainability meets the reality of tough economic times. *Business Horizons*, 54, 115-124.
- Severo, E. A., Guimarães, J. C. F. D., Dellarmelin, M. L., & Ribeiro, R. P. (2019). The influence of social networks on environmental awareness and the social responsibility of generations. *BBR. Brazilian Business Review*, 16, 500-518.
- Shrivastava, P., & Berger, S. (2010). Sustainability principles: A review and directions. *Organization Management Journal*, 7, 246-261.
- Soleiman Pouroumran, Yarmohamedian, M. Kashtiaray, n. (2015). Elaboration of a Curriculum model between the levels of Environmental Education System. *Research in Curriculum Development*.
- Soskolne C., Kotze, L., Mackey, B. and Rees, W. (2008). 'Conclusions: Challenging our individual and collective thinking about sustainability', in *Sustaining Life on Earth: Environmental and Human Health through Global Governance*. ed. C. Soskolne, New York: Lexington Books.
- Sukhdev, P. (2010) 'Preface' to *The Economics of Ecosystems and Biodiversity: Ecological and Economic Foundations*. ed. P. Kumar, London: Earthscan.
- Sutton, P. (2007). *The Environment: A Sociological Introduction*. Cambridge: Polity Press.
- Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M. & Baicu, C. (2010). Developing University Social Responsibility: A Model for the Challenges of the New Civil Society. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 4177-4182.
- Wackernagel, M. & Yount, J. D. (1998). The Ecological Footprint: An Indicator of Progress Toward Regional Sustainability. *Environmental Monitoring and Assessment*, 51, 511-529.
- Washington, Haydn & Ehrlich, P.R. (2013). *Human Dependence on Nature: How to Help Solve the Environmental Crisis*. Routledge:1-166
- Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable development*, 18(1), 20-31.