

ارتقاء سواد آبی مبتنی بر عملکرد رسانه در شهر اصفهان

پرستو ایران‌پور^۱، فائزه تقی‌پور^۲، سید بهنام سروری‌نژاد^۳

چکیده

افزایش شهرنشینی و مهاجرت خشک‌سالی همراه با تغییرات اقلیمی بحران بزرگ جهانی است که نیاز به تغییر در رفتار انسان دارد. این مقاله در پی آن است تا از ظرفیت رسانه‌ها به‌طور عام و گونه‌های جدید روزنامه‌نگاری مرتبط با آب به‌طور خاص به منظور ارتقای سواد آبی شهروندان بهره‌جوید. بر همین اساس، پژوهش حاضر در پارادایم تفسیری مبتنی بر روش‌شناسی کیفی و با استفاده از روش نظریه داده بنیاد، رویکرد سیستماتیک استراوس و کوربین، از طریق نمونه‌گیری نظری با کارشناسان حوزه‌های آب، رسانه، علوم اجتماعی و ارتباطات ۳۴ مصاحبه عمیق انجام شد. پدیده هسته‌ای این پژوهش، ارتقای سواد آبی در نظر گرفته شد. با تحلیل داده‌ها، شرایط علی (۳۱ مفهوم)، عوامل زمینه‌ای (شرایط فرهنگی، شرایط سیاسی و اجتماعی، شرایط جغرافیایی، شرایط اقتصادی)، عوامل مداخله‌گر (نقش روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، استقلال روزنامه‌نگاران، سیاسی شدن مطبوعات، آینده مبهم روزنامه‌نگاری ایران) و استراتژی‌ها (تعامل با رسانه‌ها، تعامل

۱- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران
Parastooiranpour@yahoo.com

۲- دانشیار علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)
taghipour@khuif.ac.ir

۳- استادیار گروه مهندسی آب، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران
sbsnsarvari@khuif.ac.ir

صنعت، نهادهای آموزشی، دانشگاه و رسانه، آسیب‌شناسی مطبوعات، ارتقاء سرمایه اجتماعی، جامعه‌شناسی مخاطب، اعتماد آفرینی، دموکراسی دروازه‌بانی، همگرایی فناورانه و روزنامه‌نگاری، محتوای همجوار، تأسیس انجمن روزنامه‌نگاران آب، تعامل چاپک‌رسانه‌ای و ایجاد رشته روزنامه‌نگاری آب در مدارس، نهادهای آموزشی و دانشگاه‌ها) طی سه مرحله کدگذاری به دست آمد.

واژه‌های کلیدی: سواد آب، توسعه پایدار شهری، روزنامه‌نگاری‌سازنده، آموزش شهروندی، نظریه داده‌بنیاد

مقدمه

مهاجرت از روستاها به شهرها و از شهرهای کوچک به کلان‌شهرها، همراه با سبک زندگی مصرفی، درکنار خشکسالی و بحران‌های کم‌آبی محدودیت منابع آبی را در جوامع پیش از پیش برجسته ساخته‌است. ارزش آب‌شرب، درجهت بهداشت و سلامت شهروندان به‌صورت مستقیم و استفاده از آب مجازی در تولید تمامی کالاهای مورد مصرف مردم، آب را به مسئله‌ای عمومی قابل تأمل تبدیل کرده‌است. ازدیاد جمعیت شهری در مناطق کم‌آب، مهاجرت خشکسالی و بیکاری‌های ناشی از آن و تمرکز صنایع در اطراف نواحی خشک باعث شده‌است تخصیص آب براساس شرایط خاص و بدون در نظر گرفتن بحث آمایش سرزمین، عدالت محیط‌زیستی و توسعه پایدار تدوین شود و همین امر راه را برای تنش‌های آبی و بالاگرفتن تعارضات میان ذینفعان تشدید کرده‌است. برای مقابله با این مشکلات اقدامات متعددی صورت گرفته؛ اما به‌طور عمده ابعاد انسانی در جنبه‌های مختلف مغفول مانده‌است. سیستم‌های منابع آب، از یک‌سو با انسان و از سوی دیگر با طبیعت در تعامل هستند، به‌عبارتی یک سیستم یکپارچه‌است؛ اما پیشی‌گرفتن مسائل سازه‌ای و فنی نسبت به مسائل انسانی، تعادل این سیستم درهم تنیده را برهم زده‌است. خشک شدن تالاب‌ها، کم‌آب شدن دریاچه‌ی ارومیه و خشک شدن چندین باره بستر رودخانه زاینده‌رود در شهر اصفهان، مسئله آب را برای مردم

نمایان ساخته‌است اما برای این‌که به مسئله و دغدغه ذهنی تبدیل شود نیاز است با رویکردهای مختلف میان‌رشته‌ای به این موضوع ورود کرد. در عهد قدیم، مردم سواد آبی عملی لازم را برای بقا داشتند. سواد آبی به معنای داشتن یک فهم اساسی از نحوه استفاده یا مدیریت پایدار آب در زندگی است (وود، ۱۳۹۶: ۲۳). اما انقلاب صنعتی، فناوری، مدرنیته و گسترش سرمایه‌داری زندگی مردم به‌خصوص ارتباط آن‌ها با آب را به‌طور قابل توجهی تغییر داده است، تحولات مختلف فناوری، مانند ساخت‌وساز سدها به انسان این امکان را داده‌است که در مناطقی به دور از آب زندگی کند. مدیریت منابع آب به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، صنعتی، محیط زیستی، سیاسی و امنیتی جوامع در ارتباط است و حکمرانی و سوءمدیریت این منابع آبی مشترک می‌تواند به‌نحو اجتناب‌ناپذیری به یک مقوله امنیتی تبدیل شوند؛ به عبارتی آب نمی‌تواند از سیاست، اجتماع و مردم جدا شود. از طرفی حل مسئله آب در گرو مشارکت همگان است. درجهان توسعه‌یافته حفظ محیط‌زیست جزئی از فرهنگ عمومی شده اما از نظر اینگلهارت توجهی که در غرب به محیط‌زیست شده، ریشه‌های پسامادی دارد، یعنی انسان غربی بعد از این‌که نیازهای اولیه‌اش مرتفع شد، به آگاهی زیست‌محیطی حساس شد. اما در ایران وضعیت به‌گونه‌ای دیگر است، به این معنا که آگاهی زیست‌محیطی با نیازهای اولیه پیوند خورده‌است؛ یعنی بیش از آن‌که آگاهی زیست محیط باشد، مسئله‌ای اجتماعی را به نمایش می‌گذارد (قانع‌راد، ۱۳۹۴: ۱۳۲). برای مشارکت دادن شهروندان در حفاظت از منابع آبی و بهره‌مندی نسل‌های آینده از این موهبت، آموزش شهروندی لازم است. آموزش شهروندی کلید توسعه‌شهری است و حل مسائل شهروندان یک جامعه و ایجاد تغییر در آن‌ها، تنها از طریق مشارکت فعال اعضای جامعه عملی است و این مشارکت زمانی نتیجه مناسب در پی خواهد داشت که در مسیر درست حرکت کند و این درگرو انسان‌هایی آگاه خواهد بود (آرایش و شیخی، ۱۳۹۹: ۴). امروزه رسانه بستری است که بخشی از شناخت شهروندان را از واقعیت‌ها می‌سازد. فانکاورز به‌شناخت رابطه میان پوشش خبری و درک عموم از اهمیت موضوعات پرداخته و نشان داده که ارتباط شدیدی میان رتبه‌بندی عمومی از یک موضوع به‌عنوان موضوع مهم و میزان

پوشش رسانه‌ای وجود دارد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۳۵۰). از زمانی که نقش اصلی رسانه‌ها بر تعامل و گفتمان آب در فضای عمومی مشخص شده است بسیاری از سازمان‌ها آموزش روزنامه‌نگاران را گسترش داده‌اند (اروه بازین، ۱۳۹۳: ۸۷). گزارش‌های محیط‌زیستی و به‌طور مشخص گزارش‌های آب، پیچیده و چندوجهی هستند، آن‌ها اغلب با سیاست، فرهنگ، اجتماع و اقتصاد درهم آمیخته می‌شوند و گاه آنقدر تخصصی هستند که برای فهم درست و انتقال به مردم نیاز به رمزگشایی مجدد دارند. از طرفی روزنامه‌نگاران با مخاطبانی مواجه هستند که به‌سختی آگاه می‌شوند و اصولاً علاقه‌ای به مطالبی که غیرنظام‌مند و بی برنامه به سمت آن‌ها سرازیر می‌شوند، ندارند (ایید و همکاران، ۱۳۹۱: ۷). از این رو، با توجه به افزایش مشکلات فزاینده‌ای که شرایط اقلیمی و چالش‌های آبی در ایران بوجود آورده است و همچنین استراتژیک بودن بحران آب در جامعه لزوم نهادینه کردن سواد آبی بر پایه مبانی علمی و نظری، در حوزه رسانه امری انکارناپذیر است. این پژوهش در نظر دارد پاسخی برای پر کردن خلاء ارتباطی، بین مهندسان، متخصصان آب و جامعه‌شناسان و کارشناسان رسانه باشد و ضرورت استفاده از گونه‌های روزنامه‌نگاری جدید مرتبط با آب در جهت هدفمند کردن گزارش‌ها، مصاحبه‌ها، اخبار، مقالات با محوریت آب را نشان دهد. با گسترش و آموزش سواد آب در جامعه شهروندانی توانمند که هوشمندانه از آب استفاده می‌کنند، شکل می‌گیرند؛ آن‌ها پس از باسواد شدن در حوزه آب، در استفاده از منابع آب نه تنها حساسیت لازم را دارند بلکه مطالبه‌گر و نقادند چراکه با ایجاد و ارتقاء سواد آب نگاه علمی و خلاقانه به منابع آب در شهروندان نهادینه می‌شود. این پژوهش حول یافتن پاسخ برای یک پرسش اصلی انجام شده است که معادل با بیان مسئله است، شامل این پرسش که «شرایط ارتقای سواد آبی شهروندان مبتنی بر رسانه و با تأکید بر روزنامه‌نگاری سازنده کدام است؟».

پیشینه پژوهش

به منظور بررسی و واکاوی دقیق موضوع، ادبیات داخلی و خارجی پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت. پژوهش‌ها بیشتر به بازنمایی آب در رسانه‌ها و یا سنجش سواد آبی

متمركز بودند اما پژوهشی كه به صورت مستقیم به تدوین الگوی راهكارهای ارتقای سوادآبی پرداخته باشد، وجود نداشت. برای نمونه، خانیکي و موسوی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بازنمائی مسئله آب ایران در روزنامه‌ها، تحلیل محتوای روزنامه‌های ایران، شرق، دنیای اقتصاد و کیهان از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷» به شناخت مسئله آب پرداخته‌اند. محققان با استفاده از روش تحلیل محتوا، مطالب چهار روزنامه سراسری را طی هفت سال بررسی کرده‌اند. براساس نتایج بدست آمده عوامل طبیعی برجسته‌ترین علت مسئله آب در ایران قلمداد شده‌است (خانیکي و موسوی، ۱۳۹۸: ۱۶۷).

خواجه‌نوری و ابوترابی (۱۳۹۷)، پژوهشی با هدف «تحلیل محتوای اخبار مربوط به تغییرات آب و هوایی در وبسایت‌های فارسی‌زبان» انجام دادند. این پژوهش به بررسی پوشش اخبار تغییرات آب و هوایی در رسانه‌های آنلاین فارسی می‌پردازد. روش پژوهش تحلیل محتوا بوده است. از مهمترین نتایج آن می‌توان به افزایش دوبرابری تعداد محتواهای تولید شده در تابستان ۹۶ نسبت به تابستان ۹۵ اشاره کرد (خواجه‌نوری و ابوترابی، ۱۳۹۷: ۲۲۸).

دهقان و پوررضاکریم‌سرا (۱۳۹۶) در پژوهش دیگری با عنوان «جامعه‌پذیری مصرف آب در آیین کتب‌درسی، تحلیل محتوای آب در کتب علوم اجتماعی» به تحلیل محتوای کتاب‌های درسی علوم اجتماعی در مقاطع تحصیلی ابتدائی، راهنمایی و دبیرستان پرداخته است. تحقیق با روش تحلیل محتوا انجام شده و یافته‌ها نشان می‌دهد میزان مطالب آبی بسیار کم بوده و تنها با موضوع صرفه‌جویی منعکس شده‌اند (دهقان و پور رضاکریم‌سرا، ۱۳۹۶: ۲۸۶).

فائقی و نوابخش (۱۳۹۵) در پژوهشی با موضوع «برساخت معنایی پیامدهای فرهنگی کم آبی و خشکسالی زاینده رود (با تأکید بر هویت فرهنگی شهروندان اصفهانی)» پیامدهای فرهنگی کم آبی و خشکسالی زاینده‌رود را با تأکید بر هویت فرهنگی از طریق تجربه‌زیسته شهروندان اصفهانی مورد بررسی قرار داده است. روش پژوهش کیفی و نحوه‌ی نمونه‌گیری هدفمند بوده‌است. یافته‌ها بیانگر آن است که کم‌آبی و خشکسالی زاینده‌رود، هویت فرهنگی شهروندان را تحت تأثیر قرار داده‌است؛ شهروندان براین باورند که آب نقش مهمی در ایجاد و ارتقاء هویت فرهنگی دارد و می‌تواند در ارتقاء

هویت شهری نیز اثربخش باشد (فائق‌ی و نوابخش، ۱۳۹۵: ۳۵).

صالحی و پاژکی نژاد (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی «محیط زیست در آموزش عالی و ارزیابی دانش زیست محیطی و اطلاعات آبی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی مازندران» پرداختند. این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی انجام پذیرفت. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که سطح دانش زیست محیطی دانشجویان نسبتاً بالا است، ولی میزان این دانش برحسب نوع دانشکده متفاوت است و بین طرز تلقی خانواده از محیط زیست، منابع اطلاعاتی (تلویزیون) و پایگاه اجتماعی و اقتصادی دانشجویان ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد (صالحی و پاژکی نژاد، ۱۳۹۳: ۱۹۹).

کالا^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی با موضوع «تغییر اقلیم: چگونه تغییرات آب و هوا در رسانه‌های خبری سوئد و آمریکای شمالی منعکس می‌شوند» از طریق روش تحلیل گفتمان به بررسی گزارش‌های رسانه‌های خبری کانادا، ایالات متحده و سوئد در مورد تغییرات آب و هوایی در سال ۲۰۱۸ پرداخت. نتایج نشان داد ارزش‌های سنتی خبر، در گزارش‌ها وجود دارد اما برخی چارچوب‌های جدید شناسایی شدند که گفتمان تازه‌ای را ایجاد کرده‌اند؛ پیش از این گزارش‌های تغییر اقلیم بر سیاستمداران، دانشمندان و سازمانهای مردم نهاد متمرکز بود اما در این سالها به سمت صداهاى جوان و کم‌تر مشهور متمایل شده است (کالا، ۱۳۹۸: ۴). وردنبرگ^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «مقابله با تغییرات اقلیمی با روزنامه‌نگاران آغاز می‌شود» به تحلیل پوشش خبری سالانه اجلاس تغییر اقلیم سازمان ملل متحد توسط بی بی سی بین سالهای ۲۰۰۸ و ۲۰۱۸ پرداخت. در این پژوهش با استفاده از تحلیل محتوای کمی و روش تحلیل گفتمان مجموعه مقالاتی که توسط بی بی سی پوشش رسانه‌ای داده شده، تجزیه و تحلیل شد. بررسی‌ها نشان داد در مقالات مقدار اظهارات منفی به همان اندازه اظهارات مثبت و امیدوارکننده است و در بیشتر موارد مقالات فاقد پیشینه و اطلاعات زمینه‌ای هستند (وردنبرگ، ۱۳۹۷: ۶۴).

-
1. Kalla
 2. Vredenberg

فبریان^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی با موضوع «بررسی سواد آب در کشورهای در حال توسعه (مطالعه موردی اندونزی)» سواد آبی افراد با درآمد متوسط را با روش پیمایشی به صورت آنلاین مورد سنجش و اندازه گیری قرار داده است. مهمترین نتایج این پژوهش عبارتند از: (۱) میانگین نمره سواد آبی در بین گروه زنان پایین تر از گروه آقایان است (۲) میانگین نمره کلیه پاسخ دهندگان سطح سواد آبی کم را نشان می دهد (۳) نتایج مطالعه همچنین نیاز به آموزش بیشتر را سطح خانوار تأیید می کند (فبریان، ۱۳۹۶: ۳۲). همان گونه که ملاحظه شد پژوهشی که به ارائه مدلی برای ارتقای سواد آبی شهروندان بپردازد، وجود نداشت و این پژوهش در نوع خود جزء اولین ها محسوب می شود.

مبانی نظری پژوهش

در ادامه، ضمن ارائه تعاریف مختصری از سواد آب، مفاهیم، مؤلفه ها و نظریه های مرتبط با آن، نظریه توسعه پایدار شهری و آموزش شهروندی، رویکردهای جدید رسانه در روزنامه نگاری و سواد آبی، پرداخته می شود.

مفهوم سواد آب

سواد آب^۲ از دیگر ژانرهای سواد به عنوان مثال، سواد رسانه ای، متفاوت است. مطمئناً این سؤال وجود دارد که رسانه چیست؟ زیرا همیشه در حال تغییر است. با این حال، نیازی به پرسیدن، آب چیست؟ نیست، زیرا آب از نظر شیمیایی ماده ای متشکل از H₂O است؛ به رغم این واقعیت آب نیاز به سواد دارد زیرا از نظر اجتماعی، ارزش آب و آنچه در ماهیت آن نهفته است، توسط افراد و آگاهی آنها و همچنین رابطه بین مردم و آب تعیین می شود. بنابراین از نظر اجتماعی درباره آب نیز مفهوم سواد، همانند رسانه وجود دارد (اوتاک، ۱۳۹۵: ۳۶).

1. Febriani
2. Water Literacy

سوادآب به معنی درک این واقعیت است که آب مورد نیاز ما از کجا می‌آید و ما چه طور از آن استفاده می‌کنیم. این موضوع یک مفهوم ساده است؛ اما اطلاع داشتن از این که آب چگونه تأمین می‌شود، می‌تواند پیچیده باشد (لاپورت و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۷).

«همه موجودات برای زنده ماندن به آب نیاز دارند» مفهوم اصلی سوادآب است. سوادآب را می‌توان دانش بنیادی در مورد منابع آب و جنبه‌هایی که با آن در ارتباط است، تعریف کرد. شارما و آمارسینگ^۱ سواد آب را آموزش و آگاهی استفاده کارآمد از منابع محدود آبی، تعریف کرده‌اند.

طبقه بندی سواد آب

در آلبرتای کانادا آنجلا رامگولام^۲ (۲۰۱۶) مراحل سوادآب را اقدام، مهارت، نگرش، دانش و آگاهی برمی‌شمارد. در مرحله اقدام افراد به عنوان وکیل، مباشر آب و آبخیزداری وارد عمل می‌شوند و در مرحله مهارت، مهارت‌هایی که برای برنامه‌ها و سیاست‌های آبی و آبخیزداری نیاز است را می‌آموزند؛ در مرحله نگرش افراد نگرش‌های خود را با آب و سلامت آن تطبیق می‌دهند و همسو می‌سازند. در مرحله چهارم کاربردهای مدیریت منابع آب درک می‌شوند و در نهایت افراد، ارزش آب را در سیستم‌های شهری و اکولوژیکی در می‌یابند (رامگولام، ۱۳۹۵: ۷).

اوتاکی^۳ (۲۰۱۵) سواد آب را به سوادآبی عملی، سوادآبی زندگی روزمره و سواد آبی اجتماعی طبقه‌بندی می‌کند؛ آب سالم هسته‌ی اصلی سوادآبی عملی است، سوادآبی عملی یعنی افراد آگاهی و دانش داشته باشند چه مقدار و چه کیفیتی از آب برای حیات ضروری است. سوادآبی زندگی روزمره به معنی توانایی استفاده عاقلانه از آب در زندگی خصوصی افراد است. سوادآبی اجتماعی به مسئولانه عمل کردن و تصمیم‌گیری مناسب شهروندان در مصرف آب در جامعه شهری به عنوان یک کلیت یکپارچه اشاره دارد.

-
1. Amarasinghe & Sharma
 2. Anuja Ramgoolam
 3. Otaki

زندگی بدون سوادآبی اجتماعی ممکن است ولی برای زندگی مردم به سواد عملی و سواد آبی زندگی روزمره نیاز دارند، سوادآبی اجتماعی شامل فکر کردن به آب از چشم انداز گسترده‌تری است. به‌عنوان مثال، در مناطق شهری که پرآب هستند، بستن فواره‌ها و باز کردن آن‌ها طی ساعاتی از روز جزء سواد آبی اجتماعی است. همه‌ی مردم در زندگی به این سه دسته از سوادآبی نیاز دارند. اما این که کدام مرحله اولویت دارد به وضعیت آبی بستگی دارد.

ارزش‌گذاری آب

ارزش‌ها را می‌توان اصولی تعریف کرد که به‌طور ضمنی در زندگی، انتخاب‌های یک فرد را می‌سازد. در ابتدا ارزش‌های زیست‌محیطی دارای منشأ اقتصادی بودند و به همین دلیل مطالعات محیط‌زیستی گذشته بر روی مقادیر کمی متمرکز شدند، این ارزش‌ها باعث می‌شدند تصمیم‌گیری‌های منحصراً فنی اتفاق بیفتند، چراکه اغلب نتایج عددی ملموس‌تر و برای مدیریت آسان‌تر هستند. کاستانزا سرمایه طبیعت را سالانه ۳۳ تریلیون دلار ارزیابی کرد (چاولا و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۳۸). اما این قبیل ارزش‌گذاری‌ها برای عموم معنای ارزشی ندارد به‌همین دلیل در سال‌های اخیر ارزش‌گذاری‌های محیط‌زیستی به سمت کیفی شدن حرکت کرده‌اند زیرا می‌دانیم ارزش‌ها یک نقطه شروع کلیدی برای تغییر رفتار است و مشکل از آنجا آغاز می‌شود که مردم ارزش‌گذاری آگاهانه‌ای نسبت به آب ندارند.

نگرش‌ها و رفتارهای مصرف‌کنندگان آب

نگرش فرد در مورد یک موضوع بر رفتار وی نسبت به آن موضوع تأثیرگذار است (کریمی و صفاری‌نیا، ۱۳۸۴: ۱۳). آموزش می‌تواند باعث شود شهروندان بدون اجبار و ایجاد حس ناراضی‌تی در مصرف صحیح آب فعال شوند. با این حال تعدادی از مطالعات نشان داده‌اند که ارتباط بین نگرش مثبت نسبت به مصرف آب و رفتار واقعی مصرف آب ضعیف است (گودینی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). از طرفی از دیدگاه

اسکانل و گیفورد نوع اطلاعات یا محتوای آن، عامل تعیین کننده‌ی مهمی برای تأثیرگذاری آن پیام نیست، بلکه بیشتر، وابستگی ذهنی، درخواست برای پذیرش مسئولیت و بیان پیامدها، مهم هستند؛ بنابراین همان‌طور که وابستگی شخصی به پیام و علاقه به آن افزایش می‌یابد، تلاش برای پردازش آن نیز افزایش می‌یابد؛ چنانچه پیام‌ها ماهیت محلی تغییر آب و هوا را آشکار کنند، مؤثرتر خواهند بود (صالحی و پازوکی‌نژاد، ۱۳۹۳: ۱۳۰). شهرها از این دیدگاه می‌توانند پیوندی برای شهروندان و احساس تعلق به آن‌ها باشند. این ارتباط داشتن شهروندان و مکان (شهر) می‌تواند توجه افراد را به مسائل از جمله آب جلب نماید. احساس تعلق، دل‌بستگی به مکان و احساس آرامش نسبت به محیط‌زیست و خرده‌بازه‌های آن به‌عنوان بخشی از سازه نگرش می‌توانند در تعیین رفتارهای انسانی حائز اهمیت باشند (فائقی و نوابخش، ۱۳۹۵: ۴۳).

الگوهای اصلی رفتار مصرف آب

دو دسته الگو در رابطه با رفتار مصرف آب وجود دارد، دسته اول الگو بازیگر منطقی یا نظریه انتخاب عقلانی است در این دسته از مدل‌ها فرض می‌شود مردم با تصمیم‌گیری منطقی از آب استفاده می‌کنند. در گروه دوم مدل شیوه‌های اجتماعی یا نظریه هنجاری اجتماعی، که براساس آن مصرف افراد با روال‌ها، عادات و فرهنگهای مصرف آب گره خورده‌اند و انتخاب فعالی در مورد مصرف آب در آن‌ها پیش بینی نشده‌است. وارد (۲۰۱۰) این دو مدل را به ترتیب شبه اقتصادی و شبه جامعه‌شناسی می‌نامد (جدول-۱). وارد اذعان دارد اقدام منطقی تحت تأثیر آگاه‌سازی از طریق آموزش و یا استفاده از پاداش‌های مادی است.

جدول ۱ - راهبردهای سنتی تغییر رفتار (وارد، ۲۰۱۰)

| | | |
|----------------|------------------|---------------------------|
| آموزش‌های فردی | مقررات قابل اجرا | |
| اطلاعات | پاداش مادی | شبه اقتصادی عمل منطقی |
| گفت و گو | عادت‌ها | شبه اجتماعی عمل هنجاری |

تغییر رفتار آبی

تغییر سبک زندگی مردم را وادار می‌کند آب بیشتری استفاده کنند و نیاز است در پیکربندی مجدد شیوه‌های زندگی بازنگری شود. مردم در مورد فعالیت‌های روزمره کمتر تصمیم‌گیری می‌کنند و می‌توان در این قالب به رفتار مطلوب اجتماعی آن‌ها را رهنمون کرد (شولتز و همکاران، ۱۳۹۰). در اینجا بحث رسانه‌ها در آگاه‌سازی عمومی مطرح است.

نظریه توسعه پایدار شهری

نظریه توسعه پایدار شهری، حاصل بحث‌های طرفداران محیط‌زیست درباره مسائل زیست‌محیطی به خصوص محیط زیست شهری است که به دنبال نظریه توسعه پایدار، ارائه شد. در این نظریه موضوع نگهداری منابع برای حال و آینده از طریق استفاده بهینه از منابع تجدیدناپذیر مطرح است. این نظریه راه رسیدن به اهداف یاد شده را برنامه‌ریزی‌هایی که برابر با قانون و کنترل کاربریها است، می‌داند (زیاری، ۱۳۸۰: ۳۷۵). طبق دیدگاه سدلر نظام آموزش شهروندی در هر کشوری متأثر از مجموعه عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، فنی و اقتصادی است که هر یک از آن‌ها به نوبه خود در شکل‌دادن آموزش‌های شهروندی نقش حیاتی ایفا می‌کنند (آقازاده، ۱۳۸۵: ۴۷). از طرفی در جامعه شهری ایران آنومی وجود دارد؛ از نظر دورکیم آنومی اجتماعی مربوط به جوامع مدرن است (خوشبخت و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۸). ابعاد آنومی، به وضعیتی گفته می‌شود که در آن فرد احساس بی‌هنجاری نموده و حالت گسستگی فقدان اجماع بین فرد و جامعه پدید می‌آید. طبق رویکرد چهارگانه ی خرده نظام‌های پارسونز، چهار بعد آنومی: آنومی اقتصادی، آنومی فرهنگی، آنومی اجتماعی و آنومی سیاسی است (خوشبخت و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۹).

سیاست‌گذاری و مدیریت کارآمد می‌تواند در حل این پیچیدگی‌ها تأثیر گذار باشد؛ یا به بیان امیل دورکیم برنامه‌ریزی جامعه باید به دست نوابغ و صاحب نظران در عرصه سیاست، فرهنگ و اقتصاد صورت پذیرد که در صورت استفاده از چنین افرادی در سطح کلان جامعه انتقال برنامه‌ریزی‌ها و آموزش‌ها از طریق رسانه‌ها در قالب آموزش

غیررسمی مطرح است. در سوی دیگر مشارکت شهروندان قرار دارد. مشارکت مردم و مدیران برنامه‌ریز کارآمد حلقه اتصال توسعه پایدار شهرهاست. طبق نظر گونامیردال، خردگرایی و توسعه دانش از شاخص‌های توسعه پایدار است (آذین، ۱۳۹۸: ۱۴۸) و سوادآبی در قالب آموزش شهروندان در راستای حفاظت از منابع آب است. بدون مشارکت شهروندان توسعه پایدار اتفاق نمی‌افتد و آموزش و توسعه آگاهی‌های فردی درباره آب جزئی از سواد آب است. همچنین حکمرانی پایدار آب به یادگیری اجتماعی وابسته است؛ یادگیری اجتماعی به صورت یادگیری چندبعدی یا چندحلقه‌ای شناخته می‌شود که باعث تغییر در افراد و گروهها می‌شود و در ادامه باعث تغییر در چگونگی درک این افراد و گروهها از محیط پیرامون خود و نحوه پاسخ آن‌ها به تغییرات فیزیکی، اجتماعی و روانشناختی موجود می‌گردد. یادگیری بر بستر موجود تأثیر می‌گذارد. این بستر شامل ساختار حکمرانی، سیستم اقتصادی، فرهنگ (بستر اجتماعی) و همچنین شرایط جغرافیایی و هیدرولوژیکی (بستر طبیعی) است (باقری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰۱).

از سوی دیگر با تغییراتی که در رسانه‌ها به ویژه اینترنت و فضای مجازی به وجود آمده است یادگیری نیز تحت تأثیر قرار گرفته است. به همین دلیل لازم است پارادایم فرامتن جهت بسط حوزه‌های معرفتی و دانشهای بنیادین از جمله سوادآب مورد تحلیل و بررسی بیشتری قرار گیرد. شهروندان در زیست بوم جدید مجازی علاوه بر متن به تصویر، صدا، ویدئو یا به عبارتی به متون چندرسانه‌ای دسترسی دارند که همواره ممکن است باعث خوانش‌های متفاوت و درپی آن تفسیرهای گوناگون ایشان از متن شود. زیرا از طریق پیوندهای فرامتنی کاربران می‌توانند از یک متن به متن دیگر و از طریق پیوندهای فرارسانه‌ای می‌توانند از اطلاعات به شکل‌های مختلف استفاده کنند. از نظر بارت، فرامتن، فضایی چند بعدی است که طیف متنوعی از نوشته‌ها، بی‌آنکه هیچ یک اصیل باشند، درهم آمیخته و با هم مصادف می‌شوند و متن بافته‌ای از نقل قول‌های برگرفته از مراکز بی‌شمار فرهنگ است. فرامتن عادت تفکر مبتنی بر نظام معرفتی درختی-ریشه‌ای و سلسله‌مراتبی و خطی بودن را واژگون می‌کند و ما را برای تأمل

روی ماهیت گفتمان متنی به چالش فرا می‌خواند و با انعطاف‌پذیری رادیکال خود و با امکانات گسترده که برای جمع‌آوری، پیوند زدن و پیوست کردن اطلاعات فراهم می‌کند ما را برای بازتعریف و گسترش مفهوم متن اغوا می‌کند (احمدآبادی آرانی و شکاری، ۱۳۹۷: ۹۷). در این پارادایم ارتباط بیشتری میان خواننده، متن و پدیدآور برقرار می‌گردد و با ایجاد ارتباط میان چند رسانه‌ای‌ها و فرامتن، یک محیط علمی مجازی و شبیه‌سازی شده شکل می‌گیرد که در آن، استیلای اشکال متین دانش در قالب تصاویر و علائم از میان می‌رود و در عوض تعامل میان پدیدآور، دانش و کاربر می‌تواند در یک فضای اشتراکی مجازی، توسعه یابد. مواجهه افراد به اطلاعات گسترده‌ای در خصوص یک متن و محتوا باعث می‌شود که امکان مکاشفه و تفسیرهای چندگانه از یک موضوع برای یادگیرنده میسر گردد و تفسیر چندگانه جایگزین تفسیرهای تک بعدی می‌گردد و همان‌طور که دریدا اذعان دارد در ساختار شکنی خواننده به‌گونه‌ای به قرائت یک متن می‌پردازد که وجود کثرت معنا امری بدیهی است، زیرا خواننده با رد نیت مؤلف اثر و جدای از هرگونه تعصب میل به آن دارد که آیا ممکن است معنای متن چیز دیگری باشد. در واقع با تزلزل در تفسیرهای معین خویش راه را بر انسداد معنای متون می‌بندد (نورانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۵). در فرآیند خطی تولیدات رسانه‌ای، ارتباط روندی ثابت و غیر منعطف و به تعبیری سنتی داشت و مخاطب منفعل محتوا را مصرف می‌کرد، اما اکنون در هر مرحله‌ای و در هر سطحی امکان مشارکت مخاطبان در فرآیند تولید وجود دارد (الوندی، ۱۳۹۴: ۲۲) و ساخت‌شکنی متن (یا گفتمان حاکم) راهی برای شنیده‌شدن صداهای حاشیه‌ای یا گفتمان‌های مطرود آن محسوب می‌شود (عباس زاده، ۱۳۹۲: ۱۳۴). از طرفی به زعم لیوتار، پیشرفت‌های تکنولوژیکی روایت‌های تولید شده دولت-ملتها را متزلزل ساخته است؛ زیرا دانش به‌واسطه این پیشرفت‌ها، آزادانه در میان کشورهای مختلف جریان می‌یابد و به تعبیری افول روایت‌های اعظم به‌طور نسبی نتیجه تولید "کالای دانش" به وسیله تکنولوژی‌های پردازش اطلاعات است (مهدیزاده، ۱۳۹۶: ۳۱۱). به نظر می‌رسد در گسترش سواد آبی تغییرات تکنولوژیک از یک سو و تغییر در الگوی

خوانش رسانه‌ای مخاطب از سوی دیگر، می‌تواند باعث تحول مستمر یادگیری و در نتیجه ارتقای سواد در این حوزه شود.

رسانه‌ها، رویکردهای جدید روزنامه‌نگاری و سواد آبی

اگر در گذشته مخاطبان از روزنامه‌ها اطلاعات و اخبار را دریافت می‌کردند، امروز از مطبوعات، تنوع و تخصص را طلب می‌کنند؛ یعنی مطبوعات باید بتوانند نیازهای خاص رسانه‌ای افراد را پاسخ دهند. از طرفی تغییرات محتوایی در حوزه رسانه‌های چاپی بعد از مدتی در سایر رسانه‌ها نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. هر مشکلی بدون پوشش رسانه‌ای، وارد عرصه گفتمان عمومی نمی‌شود. در واقع بسیاری از ما برای آگاهی از محیط زیست، خشکسالی و کمبود آب در جهان به رسانه‌ها نیاز داریم. نقش رسانه‌های خبری به‌عنوان عامل شناسایی و تنظیم‌کننده رویدادهای پیرامون ما مهم و پیچیده است. رسانه‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار آگاهی‌رسانی و فرهنگ‌سازی می‌توانند در صورت بهره‌گیری از تخصص‌های کارشناسان حوزه علوم اجتماعی، ارتباطات و آب ارتقای سواد آبی را ترویج نمایند.

روزنامه‌نگاری سازنده

تغییرات اقلیمی و چالش‌های آب و هوا، بحران بزرگ فعلی و جهانی است که نیاز به تغییر در رفتار انسان دارد. از مباحث اصلی روزنامه‌نگاری سازنده^۱ این است که ویژگی‌های سستی خبر به مخاطب در مورد نحوه رسیدگی، پردازش اطلاعات و بازیابی آن هیچ‌گونه کمکی نمی‌کند و می‌تواند منجر به نارضایتی مخاطبان شود (مییر، ۱۳۹۷: ۷۶۶). اخبار در قالب سستی درباره ویژگی‌های خبری غالباً منفی هستند (مک‌ایتتایر و گیلدنستد، ۱۳۹۶: ۲۱). از پیامدهای انتشار اخبار منفی کاهش میل شهروندان به ارائه کمک، تحمل کم و درک و همذات‌پنداری کمتر نسبت به جامعه در درازمدت است. مطالعات تأیید کرده‌اند که اخبار متمرکز به راه‌حل، به‌عنوان شاخه‌ای از روزنامه‌نگاری

سازنده تعریف می‌شود. این نوع از روزنامه‌نگاری به ایجاد احساس قدرت و اقتدار در شهروندان کمک می‌کند که در نهایت به این اعتقاد منجر می‌شود که اعمال آن‌ها اهمیت دارند. روزنامه‌نگاری سازنده از دریچه‌ی شهروندان به اخبار می‌پردازد و به اخبار؛ راه‌حل، چشم‌اندازهای عملی و آینده‌گرا اضافه می‌کند. روانشناسی مثبت نیز روزنامه‌نگاری سازنده را تأیید می‌کند. روزنامه‌نگاری سنتی نشان داده‌است که بیشترین توجه را به درگیری‌ها و مشکلات می‌کند که باعث بی‌توجهی و عدم حساسیت به اخبار در جامعه شده است (مست و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۹۳). طبق نظر مست مطلوب روزنامه‌نگاری سازنده این است که با ایجاد امید و خوش بینی در مخاطبان به فعال و مثبت شدن بیشتر عملکرد آن‌ها در زندگی شهری منجر شود. دکتر هرمانس و کاترین گیلدنستد روزنامه‌نگار و محقق دانمارکی، شش عنصر (شاخص) روزنامه‌نگاری سازنده را: (۱) چارچوب سازی راه‌حل محور، (۲) آینده‌گرایی، (۳) تنوع و دربرگیری، (۴) توانمندسازی مخاطب، (۵) زمینه‌سازی و (۶) بازآفرینی اخبار نام برده‌اند. روزنامه‌نگاری سازنده، شامل استفاده از تکنیک‌های روانشناسی مثبت در تولید خبر است که به اصول روزنامه‌نگاری سنتی نیز پایبند است. پوشش تغییرات آب و هوا در رسانه‌های جمعی فقط آمیزه‌ای از پوشش اخبار در روزنامه و تلویزیون نیست، بلکه، یک رابطه اجتماعی بین دانشمندان، سیاستمداران و مردم در جوامع شهری است که به واسطه بسته‌های خبری است. روزنامه‌نگاری سازنده نه تنها به بیان مسئله می‌پردازد بلکه بیشتر بر روی راه‌حل‌ها و آینده تمرکز دارد و با ارائه اطلاعات پیش‌زمینه‌ای، اطلاعات را با روشی خوش‌بینانه‌تری ارائه می‌دهد. به عبارتی روزنامه‌نگاری سازنده منجر به امید و احساس قدرت در بین شهروندان می‌شود (وردنبرگ، ۱۳۹۸: ۱۴).

روش پژوهش

با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش، رویکرد تحقیق کیفی، به عنوان رویکرد مناسب انتخاب و با توجه به نیاز برای شناخت عمیق موضوع، یکی از راهبردهای اجرای پژوهش کیفی مطالعه گراند تئوری با رویکرد استراوس و کوربین به عنوان روش انجام

تحقیق در نظر گرفته‌شد. نظریه داده بنیاد (گراندد تئوری) روش پژوهشی استقرایی و اکتشافی است و به پژوهشگر در حوزه‌های گوناگون امکان می‌دهد به جای اتکا به نظریه‌های موجود و از پیش تعیین شده، خود نظریه‌ها و گزاره‌ها را تدوین کند. این نظریه‌ها و گزاره‌ها به شکلی نظام‌مند و بر اساس داده‌های واقعی تدوین می‌شوند (میرزایی، ۱۳۹۵ : ۳۴۸). جامعه آماری نیز با توجه به قلمرو اکتشافی پژوهش شامل مطلعان و متخصصانی که در زمینه ارتباطات، رسانه و روزنامه‌نگاری، محیط‌زیست، شناخت مسائل آب و جامعه‌شناسی صاحب‌نظر هستند، بوده‌است. نمونه‌گیری این پژوهش، تا زمان رسیدن به اشباع نظری، منظور از اشباع نظری این است که انجام مصاحبه جدید، هیچ داده‌ای را به مقولات قبلی اضافه یا روابط میان آنان را دستخوش تغییر نکند؛ ادامه یافت. نمونه نهایی، از بین ۳۴ متخصص فعال آب، جامعه و رسانه تشکیل شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، مصاحبه‌ی نیمه ساختار یافته و عمیق است که مصاحبه با طرح سؤال مفهوم سواد آب و نظر مصاحبه‌شوندگان در خصوص سواد آب آغاز شد. هدف از چنین آغازی ایجاد چالش در مصاحبه و طرح پرسش‌های دقیق‌تر با توجه به آگاهی و میزان سواد و اطلاعات مصاحبه‌شونده از سوی پژوهشگر بود. چالشها و خلأهای مورد اشاره از سوی مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه، پژوهشگر را به هدایت مسیر مصاحبه و یافتن راهکارهای اساسی برای چگونگی ایجاد و ارتقای سواد آبی در میان شهروندان رساند. تمامی مصاحبه‌ها ضبط و برای استخراج نکات کلیدی، چندین بار مورد بررسی قرار گرفت. هر مصاحبه به‌طور جداگانه تایپ شد و محقق مفاهیمی که به ذهن آن می‌رسید را یادداشت می‌کرد و سپس کدگذاری شده و سپس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. این مرحله، نخستین مرحله تجزیه و تحلیل داده‌ها است که به آن کدگذاری می‌گویند. برای کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده‌شده و مفاهیم اصلی استخراج و به صورت کد ثبت شد و سپس کدهای مشابه در دسته‌هایی قرار گرفتند. در کدگذاری محوری، طبقات به طبقات محوری خود ربط داده شدند تا تبیین‌های دقیق‌تری درباره پدیده ارائه شد. همچنین در کدگذاری محوری دسته‌های اولیه‌ای که در کدگذاری باز تشکیل شده‌بودند باهم مقایسه و آن‌هایی که باهم شباهت

داشتند حول محور مشترکی قرار گرفتند. در نهایت در کدگذاری انتخابی یکپارچه‌سازی مقوله‌ها انجام و یک مقوله به عنوان مقوله مرکزی انتخاب و بر محور مقوله مرکزی مدل مورد نظر طراحی شد. در مرحله کدگذاری باز، ۱۱۲۰ مفهوم به دست آمد و در کدگذاری محوری ۱۴۸ مقوله در شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها طبقه‌بندی شد و در سطح سوم تعداد ۵۷ مفهوم در کدگذاری انتخابی به دست آمد. برای کسب اطمینان از روایی یافته‌ها به این طریق عمل شد: **تطبیق از طریق اعضا**: گزارش پایانی مرحله اول فرایند تحلیل و مقوله‌های دریافتی، از سوی تعدادی از مشارکت‌کنندگان مورد بازبینی و ارزیابی قرار گرفت. **اعمال نظر همکاران**: دیدگاه‌های تعداد ۱۰ نفر از مدرسان مرتبط در کدگذاری محوری و در تدوین الگو اعمال شد. در نتیجه این مرحله، چارچوبی برای ارتقای سواد آبی شهروندان استخراج گردید. سپس چارچوب به دست آمده برای تأیید و اصلاح به اساتید راهنما و مشاور ارائه و پس از انجام اصلاحات، مدل ارتقای سواد آبی شهروندان با استفاده از روزنامه‌نگاری سازنده ارائه شد.

یافته‌های پژوهش

الف- شرایط علی: شامل موارد یا وقایعی است که سبب وقوع یا رشد پدیده می‌شوند. این موارد به صورت زیر بحث‌شدنی هستند: شرایط علی ارتقای سواد آبی شهروندان در ابعاد مدیریتی، اجتماعی، رسانه‌ای، روزنامه‌نگاری، اخلاقی، محتوایی و جغرافیایی به دست آمد که نتایج در جدول ذیل به تفکیک بیان شده‌اند.

جدول ۲ - شرایط علی ارتقای سواد آبی شهروندان

| شرایط | ابعاد | کدگذاری گزینشی | مقوله محوری سطح اول |
|-------|---------|------------------------|--|
| علی | مدیریتی | سیاست‌گذاری در سواد آب | مدیریت کارآمد، اصلاح سیاست‌های آبی نادرست گذشته، اصلاح الگوهای مصرف آب، اصلاح نگاه یک سویه و دولتی بودن مسئله آب، پرهیز از گفتارهای انتزاعی و کلی درباره سواد آب، چندعاملی و چندبعدی بودن سواد آب، هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی در سواد آب، بهره‌مندی از نقش نخبگان |

| | | | |
|------|------------------|----------------------------------|---|
| علمی | علمی | تقسیم‌بندی سطوح سواد آب | سطح فردی سواد آب، سطح نهادی سواد آب، سطح اجتماعی سواد آب |
| علمی | اجتماعی | ارزش‌گذاری درونی آب | نقش فرهنگ در مصرف آب، حساسیت شهروندان نسبت به آب |
| علمی | اقتصادی، اجتماعی | ارزش‌گذاری بیرونی آب | ارزش‌گذاری اقتصادی آب، اهمیت صرفه‌جویی در بین شهروندان، بررسی رفتارهای مصرف آب، اهمیت سنجش رفتارهای آبی مردم |
| علمی | اجتماعی، اخلاقی | باورهای آبی | اهمیت پیشینه ذهنی، نقش مذهب و اخلاق در مصرف آب |
| علمی | اجتماعی | نگرش‌های آبی | اهمیت درک آب توسط شهروندان، بررسی انگیزه‌های مصرف آب |
| علمی | علمی | شناخت مفاهیم بنیادین آبی | شناخت مفاهیم اصلی و اولیه آب، مفهوم آب مجازی و ردپای آب |
| علمی | رسانه‌ای | سبز شدن رسانه‌ها | برجسته‌سازی بحران آب، جریان‌سازی در رسانه‌ها، عمومی کردن مسئله آب |
| علمی | رسانه‌ای | ورود متخصصان آب به فضای رسانه‌ای | لزوم مهارت رسانه‌ای متخصصان آب، پرهیز از نگاه نخبه‌گرایانه متخصصان آب به رسانه |
| علمی | اجتماعی | تفکر انتقادی در سواد آب | اهمیت تفکر انتقادی در سواد آب |
| علمی | روزنامه نگاری | ایجاد روزنامه‌نگاری سازنده | سرمایه‌گذاری بر روزنامه‌نگاری آب، نقش روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در مطرح‌شدن مسئله آب، روش‌مند بودن روزنامه‌نگاری آب |
| علمی | رسانه‌ای | سیاست‌گذاری رسانه‌ای | وجود استراتژی رسانه‌ای در برخورد با مسائل آبی، تفکیک مقولات در روزنامه‌نگاری آب، تعیین برنامه‌ی رسانه‌ای در آموزش سواد آبی، داشتن استراتژی در انتشار اخبار آب، ارائه الگوهای بصری جذاب مصرف آب، عدم تمرکزگرایی در اخبار، پوشش اخبار آب در تمامی سطوح، انعکاس پیام مردم به مسئولان توسط رسانه‌ها |
| علمی | رسانه‌ای | استفاده از ظرفیت رسانه‌ای | نقش مستمر رسانه‌ها در آموزش، استفاده از فضای مجازی و واقعی رسانه‌ای برای آموزش سواد آب |

| | | | |
|-----|---------------|---|--|
| علی | رسانه‌ای | رعایت عقلانیت در محتوای رسانه‌ای | بیان مسائل و مشکلات آب در رسانه‌ها، بیان مطالب به صورت جامع، پرداخت و پوشش مناسب مطالب آبی در رسانه‌ها |
| علی | رسانه‌ای | محتوای غنی و کامل رسانه‌ای | تصحیح تصویر غلط از منابع آب، اهمیت عمیق مطرح شدن مسائل آب در رسانه‌ها، تولید محتوا و ادبیات آب، عدم ارائه اطلاعات دوقطبی شده |
| علی | روزنامه نگاری | استفاده از ظرفیت روزنامه‌نگاری سبک زندگی | ضرورت تلفیق سواد آبی با زندگی روزمره، استفاده از روزنامه‌نگاری سبک زندگی در سواد آب |
| علی | محتوایی | محتوای منعطف، آینده محور و پیش بینی کننده | استفاده از روزنامه‌نگاری پیش بینی کننده در روزنامه‌نگاری آب |
| علی | روزنامه نگاری | رهیافت تحقیقی و تحلیلی | شناسایی چالش‌های آبی در روزنامه‌نگاری، تهیه گزارش‌های دست اول |
| علی | روزنامه نگاری | توانمندسازی و گفتمان توسعه | اهمیت روزنامه‌نگاری توسعه در روزنامه‌نگاری آب |
| علی | جغرافیایی | دریافت‌های بومی، محلی و منطقه‌ای و بین‌المللی | تعیین سرفصل‌های روزنامه‌نگاری آب بر اساس فرهنگ و منطقه جغرافیایی |
| علی | اجتماعی | نهادینه شدن گفتمان آب | ظرفیت سازی گفتمان آب از طریق سازمانهای مردم نهاد |
| علی | آموزشی | ارتقاء سواد | اصلاح سطحی بودن سواد جامعه، ضعف آگاهی درباره آب، ارتقاء سواد آبی مسئولان، همگرایی سواد نظری و عملی در سواد آب |
| علی | احساسی | استفاده از حس‌های افزوده | اهمیت ایجاد احساس در مخاطب، اهمیت رنگ در پوشش مطالب |
| علی | روزنامه‌نگاری | استفاده از مستندنگاری و متون استنادمحور | مستندکردن محتواهای آب، استفاده از سبک بازگشت به عقب و تحلیل نوستالوژی در روزنامه‌نگاری آب |
| علی | محتوایی | ابتکار عمل و خلاقیت | پرهیز از مطالب تکراری، خلاقیت و ایده پردازی در پیام‌های آبی، آفریدن معناها جدید توسط رسانه‌ها |

| | | | |
|-----|---------------|--|---|
| علی | محتوایی | گزاره‌های راه‌حل محور | تکیه بر راه‌حل‌ها، اهمیت ارائه راهکار در روزنامه‌نگاری آب |
| علی | روزنامه‌نگاری | استفاده از سبک‌های جدید خبر نویسی | استفاده از نرم‌خبر در تهیه اخبار آب |
| علی | شهروندی | استفاده از ظرفیت روزنامه‌نگاری شهروندی و شهروند خبرنگاران آماتور | لزوم استفاده از روزنامه‌نگاران شهروند |
| علی | روزنامه‌نگاری | فرا متن‌گرایی و استفاده از قابلیت‌های چند رسانه‌ای | استفاده از گرافیک و نمودار در روزنامه‌نگاری آب، استفاده عکس در روزنامه‌نگاری آب |
| علی | علمی | میان رشته‌ای بودن سواد آب | اهمیت مباحث بین رشته‌ای در سواد آبی |
| علی | علمی | پرهیز از ارزش‌گذاری تقلیل‌یافته | نگرش سازه محور بر منابع آب، ارزش‌گذاری تک بعدی آب |

ب- شرایط مداخله‌گر: این شرایط برخاسته از اوضاع واحوال نامنتظره و اتفاقی‌اند که لازم است با عمل-تعامل به آن‌ها پاسخ داده‌شود.

جدول ۳ - شرایط مداخله‌گر ارتقای سواد آبی شهروندان

| شرایط | ابعاد | کدگذاری گزینشی | مقوله محوری سطح اول |
|-------------------|---------------|--------------------------------|--|
| مداخله‌گر | روزنامه‌نگاری | نقش روزنامه‌نگاران حرفه‌ای | رعایت اخلاق در رسانه‌ها توسط روزنامه‌نگاران، سواد تخصصی روزنامه‌نگاری، پرهیز از راحت‌طلبی روزنامه‌نگاران، نقش روزنامه‌نگاران تخصصی آب، متعهد بودن روزنامه‌نگاران |
| مداخله‌گر | سیاسی | سیاسی شدن مطبوعات | نقش سیاست در روزنامه‌نگاری |
| مداخله‌گر | روزنامه‌نگاری | آینده مبهم روزنامه‌نگاری ایران | عدم ارائه الگو برای برون‌رفت از حالت مبهم روزنامه‌نگاری در ایران، بحران در روزنامه‌نگاری |
| سیاسی مداخله‌گر | | استقلال روزنامه‌نگاران | دخالت سیاستمداران در کار حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، تهدید خبرنگاران، وابستگی روزنامه‌نگاران به منابع قدرت |
| اقتصادی مداخله‌گر | | امنیت شغلی روزنامه‌نگاران | تغییر حوزه کاری روزنامه‌نگاران آب |

ج - شرایط زمینه‌ای: مجموعه خاصی از شرایط هستند که در یک زمان و مکان خاص جمع می‌آیند تا مجموعه اوضاع و احوال یا مسایلی را به وجود آورند که اشخاص با عمل یا تعاملات خود به آن‌ها پاسخ دهند. در پژوهش حاضر پس از کدگذاری محوری مقولات زیر حاصل شد:

جدول ۴ - شرایط زمینه‌ای ارتقای سواد آبی شهروندان

| شرایط | ابعاد | کدگذاری گزینشی | مقوله محوری سطح اول |
|----------|-----------------|-----------------------|--|
| زمینه‌ای | فرهنگی | شرایط فرهنگی | نقش فرهنگ در سوادآب، نقش فرهنگ بر اجرای قوانین |
| زمینه‌ای | جغرافیایی | شرایط جغرافیایی | اثر شرایط جغرافیایی بر سوادآب، شرایط اقلیمی ایران |
| زمینه‌ای | سیاسی - اجتماعی | شرایط سیاسی و اجتماعی | نابرابری در استفاده آب، آنومی و واگرایی اجتماعی، ضعف همبستگی اجتماعی در ایران، سیاسی شدن مسئله آب، شکاف‌های قومی و اثر آن بر مدیریت آب |
| زمینه‌ای | اقتصادی | شرایط اقتصادی | مشکلات و چالش‌های اقتصادی مردم، افزایش هزینه‌های مالی رسانه‌ها و مطبوعات |
| زمینه‌ای | رسانه‌ای | تنوع رسانه‌ای | نقش رسانه‌های مختلف و مستقل در حکمرانی آب، سانسور مطالب و رجوع مخاطب به رسانه‌های خارجی |

د- راهبردها: راهبردهای کنش‌های با منظور و عمدی که برای حل مسئله صورت می‌گیرند. طبق جدول زیر راهبردها به دست آمد:

جدول ۵ - راهبردهای ارتقای سواد آبی شهروندان

| شرایط | ابعاد | کدگذاری گزینشی | مقوله محوری سطح اول |
|----------|----------|---|---|
| راهبردها | رسانه‌ای | تعامل با رسانه‌ها | استفاده از ظرفیت انواع رسانه در آموزش سواد آب، ارزش‌گذاری آب از طریق رسانه، نقش صاحب‌نظران و رهبران فکری |
| راهبردها | رسانه‌ای | تعامل صنعت، نهادهای آموزشی، دانشگاه و رسانه | ارتباط و حمایت صنعت و بازارآب از یافته‌های جدید دانشگاهی درباره سواد آب، نزدیک شدن دانشگاه به مسئله آب و درگیر شدن با آن و ارتباط با رسانه‌ها |

| | | | |
|----------|----------|--|--|
| راهبردها | رسانه‌ای | آسیب‌شناسی مطبوعات | آسیب‌شناسی و چرایی عدم انتشار مطبوعات تخصصی در زمینه آب، آسیب‌شناسی و چرایی کم شدن تعداد مطبوعات، آسیب‌شناسی و چرایی کاهش خوانندگان روزنامه‌ها |
| راهبردها | اجتماعی | ارتقاء سرمایه اجتماعی | دغدغه‌مند شدن مردم در مسئله آب، همگرایی برنامه‌های سواد آبی دولتی و غیردولتی، لزوم همگرایی و استفاده از خردجمعی در مسئله آب، مشارکت ذینفعان در مدیریت آب |
| راهبردها | مخاطب | جامعه‌شناسی مخاطب | تفکیک و گونه‌شناسی مخاطبان |
| راهبردها | رسانه‌ای | اعتمادآفرینی | ضرورت اقناع مردم در مسائل آب |
| راهبردها | رسانه‌ای | دموکراسی دروازه‌بانی | عدم انتشار و پنهان کردن مطالب |
| راهبردها | رسانه‌ای | همگرایی فناورانه و روزنامه‌نگاری | امکان ویرایش و بازبینی پیام‌ها در روزنامه‌نگاری جدید، استفاده از روزنامه‌نگاری سنتی و مدرن در کنار یکدیگر |
| راهبردها | رسانه‌ای | محتوای همجوار | استفاده از تکنیک‌های جایابی مناسب اخبار، چینش حرفه‌ای اخبار |
| راهبردها | قانونی | تأسیس انجمن روزنامه‌نگاران آب | داشتن تشکل‌های مستقل حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری آب |
| راهبردها | رسانه‌ای | تعامل چابک رسانه‌ای | انتشار به موقع محتواهای رسانه‌ای، انتقال سریع پیام در رسانه‌ها |
| راهبردها | آموزشی | ایجاد رشته روزنامه‌نگاری آب در مدارس، نهادهای آموزشی و دانشگاهها | لزوم رسمی و نهادینه شدن روزنامه‌نگاری آب |

ه- پیامدها: در این پژوهش پیامدهای مثبت ارتقای سواد آبی شهروندان با استفاده از ظرفیت رسانه‌ای و پیامدهای استفاده‌نکردن از استراتژی‌ها بر اساس کدهای گزینشی طبق جدول ذیل به دست آمده است.

جدول ۶ - پیامدهای مثبت ارتقای سواد آبی شهروندان

| مقوله محوری سطح اول | کد گذاری گزینشی | ابعاد | شرایط |
|--|-----------------------|------------|---------|
| بهبود فضای اقتصادی در اثر سواد آبی، اثرات بلندمدت سواد آبی بر سبک زندگی مردم، توسعه روستایی، توجه به نسل آینده | توسعه پایدار | توسعه‌ای | پیامدها |
| حفاظت کمی و کیفی از منابع، نقش سواد آب در مدیریت پسماندها | حفاظت محیط زیست | زیست محیطی | پیامدها |
| اثرات هشدار دهنده کوتاه مدت سواد آبی بر شهروندان، اثرات عینی، چندبعدی و میان مدت سواد آب بر زندگی مردم | شکل گیری شهروندان آبی | آموزشی | پیامدها |
| افزایش جمعیت و امنیت دسترسی به آب و غذا، بهره‌وری در آب کشاورزی | ایجاد امنیت آبی | مدیریتی | پیامدها |

جدول ۷ - پیامدهای بی سوادی / کم سوادی آبی شهروندان

| مقوله محوری سطح اول | کد گذاری گزینشی | ابعاد | شرایط |
|---|--------------------------|----------|---------|
| بی تفاوتی مردم نسبت به مسائل آبی، عدم مطالبه‌گری از طرف مردم | گسترش بی تفاوتی در جامعه | اجتماعی | پیامدها |
| انحراف شهروندان از سواد آبی، نمایشی بودن اقدامات در حوزه آب و محیط زیست | سبزشویی | رسانه‌ای | پیامدها |
| ابزار عقیده‌ها و نظرات غیر کارشناسی، انتشار اطلاعات نادرست | گسترش شایعه‌ها | رسانه‌ای | پیامدها |
| مادر بودن بحران آب، گسیختگی در نظم اجتماعی، ایجاد تنش و تعارض | ایجاد بحران و اغتشاشات | اجتماعی | پیامدها |

بر اساس نتایج، شرایط علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای، استراتژی‌ها و پیامدها در ابعاد مختلف به‌قرار زیر است:

شرایط علی ارتقای سواد آبی شهروندان:

سیاست‌گذاری در سواد آب، ارزش‌گذاری درونی و بیرونی آب، باورهای آبی، نگرش‌های آبی، تقسیم‌بندی سطوح سواد آب، شناخت مفاهیم بنیادین آب، سبزشدن رسانه‌ها، ورود متخصصان آب به فضای رسانه‌ای، اهمیت تفکر انتقادی در سواد آب،

ایجاد روزنامه‌نگاری سازنده، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، استفاده از ظرفیت رسانه‌ای، رعایت عقلانیت در محتوای رسانه‌ای، محتوای غنی و کامل رسانه‌ای، استفاده از ظرفیت روزنامه‌نگاری سبک‌زندگی در تولید محتوای رسانه‌ای، محتوای منعطف، آینده‌محور و پیش‌بینی‌کننده، رهیافت تحقیقی و تحلیلی، توانمندسازی و گفتمان توسعه، دریافت‌های بومی، محلی و منطقه‌ای و بین‌المللی، نهادینه‌شدن گفتمان آب، ارتقاء سواد، پرهیز از ارزش‌گذاری تقلیل‌یافته، فرا‌متن‌گرایی و استفاده از قابلیت‌های چند رسانه‌ای.

شرایط مداخله‌گر ارتقای سوادآبی شهروندان:

نقش روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، استقلال روزنامه‌نگاران، سیاسی‌شدن مطبوعات، آینده‌مبهم روزنامه‌نگاری ایران، امنیت شغلی روزنامه‌نگاران.

شرایط زمینه‌ای ارتقای سوادآبی شهروندان:

تنوع رسانه‌ای، شرایط فرهنگی، شرایط سیاسی و اجتماعی، شرایط جغرافیایی، شرایط اقتصادی.

راهبردهای ارتقای سواد آبی شهروندان:

تعامل با رسانه‌ها، تعامل صنعت، نهادهای آموزشی، دانشگاه و رسانه، آسیب‌شناسی مطبوعات، ارتقاء سرمایه اجتماعی، جامعه‌شناسی مخاطب، اعتمادآفرینی، دموکراسی دروازه بانی، همگرایی فناورانه و روزنامه‌نگاری، محتوای همجوار، تأسیس انجمن روزنامه‌نگاران آب، تعامل چاپک رسانه‌ای، ایجاد رشته روزنامه‌نگاری آب در مدارس، نهادهای آموزشی و دانشگاهها.

پیامدهای ارتقای سواد آبی شهروندان:

در نهایت پیامدهای ناشی از اجرایی‌شدن راهبردهای ارتقای سوادآبی شهروندان سبب ایجاد موارد زیر می‌شود: توسعه پایدار، حفاظت محیط زیست، شکل‌گیری شهروندان آبی و ایجاد امنیت آبی. پیامدهای ناشی از اجرایی‌شدن راهبرد ها نیز شامل سبزشویی، گسترش شایعه‌ها، گسترش بی‌تفاوتی در جامعه و ایجاد بحران و اغتشاشات می‌شود.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف ارتقای سواد آبی شهروندان با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه با تأکید بر روزنامه‌نگاری‌سازنده با روش نظریه‌ی داده‌بنیاد انجام شد. بر اساس یافته‌ها، فرآیند آموزش و ارتقای سواد آبی شهروندان به ساختار فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه وابسته است و نمی‌تواند از آن جدا باشد. شرایط زمینه‌ای ارتقای سواد آبی شهروندان، تنوع رسانه‌ای، شرایط فرهنگی، شرایط سیاسی و اجتماعی، شرایط جغرافیایی و شرایط اقتصادی به دست آمد. در جامعه شهری ایران آنومی وجود دارد و برای حل این پیچیدگی‌ها لازم است شالوده و بنیان‌کار اصلاح گردد. استفاده از نوابغ برنامه‌ریز به بیان دورکیم در سطح کلان می‌تواند موجبات اصلاحات بنیادین در جامعه را ایجاد کند. همان‌گونه که لرنر اذعان دارد مدیریت ناکارآمد از دلایل عقب‌ماندگی و توسعه‌نیافتن کشورهای جهان سوم است و یافته‌های بدست آمده در شرایط علی هر کدام به‌نحوی به مدیریت و سیاست‌گذاری‌ها مربوط می‌شوند. از طرفی طبق یافته‌های پژوهش سیاست‌گذاری در سواد آب در ابعاد مختلف به دست آمد، به عبارتی اتخاذ سیاست‌های درست پیرامون مسائل آب به‌طور عام و به‌طور خاص در سواد آب به درک سیاست‌گذاران کشور از این مسائل ارتباط مستقیم دارد. شواهد بیانگر این است که وضعیت توجه به عرصه‌های زیست‌محیطی و منابع آب در میان سیاست‌مداران در حال تغییر است و به‌یکی از اولویت‌های آن‌ها تبدیل شده‌است. در مستندهای نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۹۶ مسئله محیط‌زیست به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مسائل مطرح شده نامزدهای انتخاباتی بود (عاملی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۵). مشارکت مردم و مدیران کارآمد حلقه اتصال توسعه پایدار شهرهاست. اگر سیاست‌گذاری در سواد آب در سطح کلان جامعه عملی شود سپس انتقال برنامه‌ریزی‌ها و آموزش‌ها از طریق رسانه‌ها در قالب آموزش رسمی و غیررسمی مطرح است. افراد در رویارویی با رسانه‌ها برابر نیستند، بلکه در فرآیند ارتباطات نقش‌های متفاوتی بازی می‌کنند که به دو دسته تقسیم می‌شوند: یکی آن‌هایی که در دریافت و انتقال عقاید حاصل از رسانه‌ها، فعال

هستند و دیگر آن‌هایی که عمدتاً به تماس با شخصی دیگر به عنوان راهنمای خود، متکی‌اند (مک‌کوئیل، ۱۳۸۵: ۸۴). در ارائه پیام به شهروندان حتماً بر رهبران فکری آن‌ها باید تمرکز کرد. در عین حال بر اساس نتایج به‌دست آمده فرامتن‌گرایی و استفاده از قابلیت‌های چندرسانه‌ای از شرایط علی ارتقای سواد آبی شهروندان به‌دست آمد که نشان می‌دهد با تغییرات بنیادین رسانه‌ها از روش‌های متنوعی برای آموزش شهروندان می‌توان استفاده کرد به نحوی که به صورت همزمان و غیرهمزمان آموزش میسر است و وضعیت مخاطب از منفعل می‌تواند به فعال تغییر کند تا با به‌روز رسانی اطلاعات خود با استفاده از قابلیت‌های جدید در شرایط و پیچیدگی‌های جوامع امروز از جمله درباره سواد آب آگاهی لازم را به‌دست آورد و به‌تعبیری در وضعیت تعادل قرارگیرد. در آموزش و ارتقاء سواد آبی شهروندان همان‌گونه که نتایج تحلیل مضامین اخبار در پژوهش کالا (۲۰۱۹) نشان داد چارچوب‌های جدیدی شناسایی شدند که گفتمان تازه‌ای را در روزنامه‌نگاری آب ایجاد کرده‌اند؛ پیش از این گزارش‌ها به‌شدت بر سیاستمداران، دانشمندان و سازمانهای مردم نهاد متمرکز بود اما اکنون محتواها به سمت صداهای جوان و کم‌تر مشهور متمایل شده‌است و تمرکز رسانه‌ها بر سخنرانی گرتا تونبرگ تأییدی بر آن است. گونه‌های جدید روزنامه‌نگاری مانند روزنامه‌نگاری‌سازنده نه تنها به بیان مسئله بلکه بیشتر بر روی راه‌حل‌ها و آینده تمرکز دارد، درحال حاضر اخبار حاوی موارد منفی درباره آب بسیار زیاد است و منجر به احساس ناامیدی در بین شهروندان می‌شود، درحالی روزنامه‌نگاری‌سازنده با محوریت راه‌حل، منجر به امید و احساس قدرت در بین شهروندان می‌شود و در ارتقای سواد آبی شهروندان از شرایط علی ایجاد روزنامه‌نگاری‌سازنده، قرار گرفت. گفتمان آب و نهادینه‌کردن آن نیز از شرایط علی به‌دست آمد؛ جهان محصول گفتمان هاست و پدیده‌ها از طریق آن معنا دار می‌شوند و قابلیت فهم و شناخت می‌یابند (کسرای، ۱۳۸۸: ۳۴۰). به زعم میشل فوکو ماهیت امور مورد بررسی از قبل تعیین نمی‌شود بلکه توأم با همان صورت‌بندی‌های گفتمانی پا به عرصه ظهور می‌گذارند که امکان صحبت درباره ی آن‌ها را فراهم کرده است (تاجیک، ۱۳۷۹: ۱۶). با نهادینه

شدن گفتمان آب امکان شناخت پدیده‌ی سوادآبی و ارتقای آن در ادامه تحقق می‌یابد. به بیان دیگر رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید و حلقه قبل از بروز رفتار، قصد و نیت رفتاری است. نگرش، دانش زیست محیطی و سواد آبی نیز از پیشایندهای رفتار آبی است (صالحی و امام‌قلی، ۱۳۹۱). طبق نظر گونارمیردال، خردگرایی و توسعه دانش از شاخص‌های توسعه پایدار است (آذین، ۱۳۹۸: ۱۴۸) و ارتقای سواد آبی می‌تواند طبق یافته‌ها به توسعه پایدار منجر شود. برای درگیر کردن شهروندان با مسئله آب استفاده از روش‌های خلاقانه و نوآورانه نقش اساسی دارد و یافته‌های تحقیق آن‌ها را تأیید می‌کند که با پژوهش وردنبرگ (۲۰۱۸) مطابقت دارد. نتایج نشان داد رسانه‌ها و استفاده از روزنامه‌نگاری سازنده به عنوان روزنامه‌نگاری مطلوب آب می‌تواند به عنوان راهکاری برای ارتقاء سواد آبی شهروندان قرار گیرد که مطابق با پژوهش فبرینی (۲۰۱۷) و نیاز به آموزش در سواد آب است. در راهبردهای به دست آمده تعامل میان صنعت، نهادهای آموزشی، دانشگاه و رسانه به دست آمد که باعث تجانس و همخوانی برنامه‌های آموزشی سواد آبی و شکل‌گیری حلقه‌های یادگیری متناسب با نظریه یادگیری اجتماعی باندورا است. استفاده از حس تعلق به مکان یکی دیگر از راهکارهای ایجاد علاقه به مباحث آبی است که در شرایط علی دریافت‌های بومی و محلی تأییدی بر آن است. آسیب شناسی مطبوعات، ارتقاء سرمایه اجتماعی، جامعه شناسی مخاطب، اعتماد آفرینی، دموکراسی دروازه‌بانی، همگرایی فناورانه و روزنامه‌نگاری، محتوای همجوار، تأسیس انجمن روزنامه‌نگاران آب، تعامل چاپک رسانه‌ای و ایجاد رشته روزنامه‌نگاری آب در مدارس، نهادهای آموزشی و دانشگاهها نیز از استراتژی‌ها به دست آمده است.

در پایان پیشنهادهای ذیل در راستای ارتقای سواد آبی شهروندان بر اساس یافته‌های تحقیق ارائه می‌گردد:

- سیاست‌گذاری رسانه‌ای و تعامل با رسانه‌ها در اولویت برنامه‌ریزان آب کشور قرار گیرد.

- ارتقاء سرمایه اجتماعی، مسئولیت‌پذیری و مشارکت‌جمعی، اعتمادآفرینی و دموکراسی دروازه‌بانی با انتشار به موقع، صحیح و شفاف محتوای رسانه‌ای تقویت شود، به عبارتی تعامل چابک رسانه‌ای عملیاتی شود.
- آسیب‌شناسی مطبوعات و بازنگری در قوانین به‌طور جدی در دستور کار قرار بگیرد.
- جامعه‌شناسی مخاطب و رسانه‌پژوهی و مخاطب‌یابی برای ارائه محتوای سواد آبی انجام شود.
- تأسیس انجمن روزنامه نگاران آب.
- مهارت تفکر انتقادی شهروندان در راستای ارتقای سواد آبی آن‌ها تقویت شود.

فهرست منابع

- آذین، احمد؛ حیدری، احسان؛ چیت‌ساز، محمدعلی. (۱۳۹۸). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل بازدارنده‌ی فرهنگی مؤثر بر عدم توسعه پایدار شهری در کلان‌شهر اهواز». **مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، سال نهم، شماره ۳۳، ۱۶۸-۱۴۳.
- آرایش، منصور؛ و شیخی، محمد تقی. (۱۳۹۹). «بررسی رابطه آموزش شهروندی و توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر اردبیل)». **مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، سال دهم، شماره ۳۴، ۲۸-۱.
- آقازاده، احمد. (۱۳۸۵). «اصول و قواعد حاکم بر فرایند تربیت شهروندی و بررسی سیر تحولات و ویژگی‌های این‌گونه آموزش‌ها در کشور ژاپن». **نوآوری‌های آموزشی**، سال پنجم، شماره ۱۷: ۶۶-۴۵.
- احمدآبادی آرانی، نجمه؛ شکاری، عباس. (۱۳۹۷). «درآمدی بر آموزه‌های پارادایم فرامتن در فرایند یاددهی-یادگیری و نقد آن». **پژوهش‌های آموزش و یادگیری**، دوره پانزدهم، شماره ۱: ۹۵-۱۰۴.
- الوندی، پدram. (۱۳۹۴). **روزنامه‌نگاری شبکه‌ای**. تهران: انتشارات ثانیه.

- باقری، علی؛ مقیمی، سامان؛ ابوالحسنی، لیلی. (۱۳۹۷). «ارزیابی ظرفیت یادگیری اجتماعی در نهاد آب در حوضه آبریز طشک-بختگان». *علوم و مهندسی منابع آب*، سال چهاردهم، شماره ۲، ۱۱۸-۱۰۰.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۷۹). *میشل فوکو و انقلاب اسلامی*. تهران: انتشارات موسسه تحقیقات و توسعه علوم اسلامی و بقعه.
- خانیکی، هادی؛ و موسوی، سیده ثریا. (۱۳۹۸). «بازنمایی مسئله آب ایران در روزنامه‌ها؛ تحلیل محتوای روزنامه‌های ایران، شرق، دنیای اقتصاد، و کیهان؛ از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷». *مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*. سال یازدهم، شماره ۴، ۱۹۹-۱۶۷.
- خواجه‌نوری، نسترن؛ ابوترابی، آیدا. (۱۳۹۷). «تحلیل محتوای اخبار مربوط به تغییرات آب و هوایی در وبسایت‌های فارسی زبان». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. سال چهاردهم، شماره ۵۱، ۲۶۵-۲۲۱.
- خوشبخت، عشرت؛ وحید، فریدون؛ اسماعیلی، رضا. (۱۳۹۶). «تیین ابعاد آنومی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره ی متوسطه استان ایلام)». *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، سال هشتم، شماره ۱، ۱۸۱-۱۶۳.
- دهقان، حسین؛ پور رضاکریم سرا، ناصر. (۱۳۹۶). «جامعه‌پذیری مصرف آب در آینه کتب درسی تحلیل محتوای آب در کتب علوم اجتماعی». *فصلنامه علوم اجتماعی*. شماره ۷۷، ۳۱۲-۲۸۵.
- زیاری، کرامت‌الله. (۱۳۸۰). «توسعه پایدار و مسئولیت برنامه‌ریزان شهری». *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*. شماره ۴، ۳۸۵-۳۷۲.
- سورین، ورنرچی؛ و تانکار، جیمز دبلیو. (۱۳۸۶). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه علیرضا، دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- صالحی، صادق؛ پازوکی‌نژاد، زهرا. (۱۳۹۳). «محیط زیست در آموزش عالی: ارزیابی دانش زیست محیطی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی مازندران». *مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی*، سال دوم، شماره ۴، ۲۱۸-۱۹۹.
- صالحی، صادق؛ و امام‌قلی، لقمان. (۱۳۹۱). «سرمایه فرهنگی و نگرش و رفتارهای زیست محیطی (مطالعه موردی: استان کردستان)». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال هشتم، شماره ۲۸، ۹۱-۱۲۰.

- عاملی، سعیدرضا؛ بیچرانلو، عبدالله؛ بهار، مهری؛ و غلامی، فرزاد. (۱۳۹۸). «تدوین الگوی مفهومی ارتباطات آب؛ ظرفیتهای ارتباطات برای مدیریت بحران آب در ایران». *مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، سال یازدهم، شماره ۳، ۱۹۹ - ۱۷۱.
- عباس‌زاده، محسن. (۱۳۹۲). «منطق ساخت شکنی و سیاست عملی». *جستارهای سیاسی معاصر*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال چهارم، شماره ۴: ۱۲۷-۱۵۱.
- فائقی، سحر؛ نوابخش، مهرداد. (۱۳۹۵). «برساخت معنایی پیامدهای فرهنگی کم آبی و خشکسالی زاینده‌رود (با تأکید بر هویت فرهنگی شهروندان اصفهانی)»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال هشتم، شماره ۴، ۳۵-۵۹.
- قانع‌راد، محمدمین (۲۱ شهریور، ۱۳۹۴). «آگاهی زیست محیطی یا جنبش نان». *روزنامه شرق*، شماره ۲۳۹۵، قابل دسترس در
- <http://sharghdaily.com/1394/06/21/Vijeh/PDF/13940621-2395-132-278.pdf>
- کریمی، یوسف؛ صفاری‌نیا، مجید. (۱۳۸۴). «روان‌شناسی اجتماعی و تغییر نگرش مصرف‌کنندگان انرژی». *فصلنامه انرژی ایران*، سال نهم، شماره بیست و دوم، ۷۰-۸۳.
- کسرای، محمد سالار. (۱۳۸۸). «نظریه گفتمان لاکان و موفه ابزاری کارآمد در فهم و تبیین پدیده‌های سیاسی». *فصلنامه سیاست*، شماره سوم. دوره ۳۹: ۳۳۹-۳۶۰.
- گودینی، حاتم؛ بازدار، محمد؛ طراحي، محمدجواد؛ زارع، سودابه؛ یاراحمدی، مرتضی؛ محمدیان، جلال؛ احمدی فرد، طیبه. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر آموزش بر میزان صرفه‌جویی در مصرف آب در شهر خرم‌آباد در سال ۱۳۹۴». *فصلنامه مهندسی بهداشت*، سال چهارم، شماره ۱، ۱-۹.
- مک‌کوئیل، دنیس. (۱۳۸۵). *نظریه ارتباطات جمعی*، پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه سازمان‌ها، چاپ دوم.
- مهدیزاده، سید محمد. (۱۳۹۶). *نظریه‌های رسانه‌های آینده‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، انتشارات همشهری، چاپ ششم.
- میرزایی، خلیل. (۱۳۹۵). *کیفی پژوهی: پژوهش، پژوهشگری و پژوهش‌نامه‌نویسی*. تهران: فوژان.

- نورانی، خدیجه؛ سرمدی، محمد رضا؛ ابراهیم زاده، عیسی. (۱۳۹۲). «دلالت های آموزشی ایده ساختارشکنی در پیدا در آموزش مجازی». فصلنامه آموزش و یادگیری، سال اول، شماره ۲: ۳۶-۵۲.

- Chawla, L. & Cushing, D. F. (2007). Education for strategic environmental behavior. **Environmental Education Research**, 13, 437-452.
- Eide , E.,& Kunelies R.(2012) . **Media Meets Climate** . Norway,Nordicom.
- Febriani. Arlisa. (2017). **Water Literacy in Developing Country**. Sweden, Lund University.
- Herve-Buzin, C. (2014). **Water Communications**. IWA Publishing.
- Kalla , Hanna. (2019). **A Changing Climate: How Climate is Communicated Communicated in Swedish and North American News Media** . Masterprogrammet i kultur- och medievetskap, 15 hp.
- Laport E ,Ariganello S ,Samples A & Diana J . (2013) . **Water Literacy** . The Michigan Department of Environmental Quality .
- Mast, J., Coesemans, R. & Temmerman, M., (2018). Constructive journalism: Concepts, practices. **Journalism 2019**, 20(4), p. 492–503.
- McIntyre, K. & Gyldensted, C. (2017). Constructive journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. **The Journal of Media Innovations**, 4(2), pp. 20-34.
- Meier, K. (2018). How Does the Audience Respond to Constructive Journalism?. **Journalism Practice**, 12(6), pp. 764-780 .
- Otaki.Yurina.(2015). Advocating Water Literacy.**Mahasarakham International Journal Of Engineering Technology**, Vol. 1, NO. 1:pp 34-66.
- Ramgoolam, A.(2016). **Bridging the gaps—5 ways to Improve Water Literacy in Alberta**. Presentation to the Northern Alberta Development Council, Access from Website: <http://awchome.ca/Projects/WaterLiteracy/tabid/199/Default.aspx>.
- Scholz, R. W.(2011). **Environmental literacy in science and society: from knowledge to decisions**, Cambridge University Press. Schools Water Efficiency. About SWEP [Online]. Available: <http://www.myswep.com.au/register/about>

- Vredenberg, Nikki .(2019). **Fighting climate change starts with journalists** . International Master's Program in Journalism . Södertörn University .
- Wood, Georgina Victoria. (2014) .**Water literacy and citizenship: education for sustainable domestic water use in the East Midlands**. PhD thesis, University of Nottingham. Access from the University of Nottingham repository:
http://eprints.nottingham.ac.uk/14328/1/G.Wood-_eThesis.pdf.