

عنوان مقاله:

جایگاه رسانه های ارتباط جمعی در آموزش، نگرش و اخلاق زیست محیطی

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی مدیریت سبز از تئوری تا عمل (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سیدجواد هاشمی - استادیار: هیئت علمی دانشگاه پیام نور

الهه خلیلی - دانشجوی کارشناسی روانشناسی دانشگاه پیام نور واحد آباده

خلاصه مقاله:

با مرور بر وضعیت محیط زیست می توان دریافت که ناآگاهی یا بی توجهی انسان ها به محیط، به دلیل کمبود آموزش های علمی و کارشناسانه، داشتن نگرش ها و رفتارهای نادرست به محیط زیست، عدم مسئولیت در قبال محیط زیست و به طور کلی نداشتن دانش و سواد زیست محیطی از علل مهم و تاثیرگذار در آلودگی و تخریب محیط زیست بوده است. آموزش و رسانه های ارتباطی به عنوان دو رکن اساسی در حفاظت از محیط زیست نقش بارزی دارند. آموزش محیط زیست، بنیادی ترین شیوه حفاظت از محیط زیست می باشد که زمینه ارتقای آگاهی های موثر را فراهم می آورد. اولین گام در فرایند آموزش محیط زیست، دست یابی به اطلاعات از طریق رسانه هاست. امروزه در میان ابزارهای آموزشی، رسانه ها ابزارهای آموزشی قوی و موثری هستند که در جهت تعدیل رفتارهای انسانی و انتشار عادات و ارزش های فرهنگی، جامعه پذیری و تغییر در نگرش و رفتارهای زیست محیطی می توانند نقش اساسی ایفاء کنند. رسانه های ارتباط جمعی می توانند به عنوان مکمل نهادهای رسمی آموزش، به شیوه های مستقیم یا غیرمستقیم به آموزش مخاطبان در زمینه محیط زیست و حفظ آن اقدام کنند و جزء تفکیک ناپذیر فرایند آموزش و یادگیری باشند. بر همین اساس، بررسی جایگاه رسانه های ارتباط جمعی در آموزش نگرش و اخلاق زیست محیطی، هدف اصلی این تحقیق می باشد. بدین منظور، در مقاله توصیفی حاضر کتب مختلف و دیدگاه های صاحب نظران مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است

کلمات کلیدی:

رسانه، آموزش زیست محیطی، نگرش زیست محیطی، اخلاق زیست محیطی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1720471>

