

## عنوان مقاله:

رابطه استفاده از رسانه تصویری (تلویزیون) با تمایل به حفظ محیط زیست

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مهندسی کشاورزی، محیط زیست و منابع طبیعی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

علی محمدی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، ایران

سمیه صالحی - دانشجوی دکترای مدیریت محیط زیست، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، ایران

مهران خالصی - دانشجوی دکترای مهندسی محیط زیست (آب و فاضلاب)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

در کشورهای در حال توسعه، مانند ایران، مسائل زیست محیطی بیش از آنکه جنبه ی فنی داشته باشد دارای جنبه های اجتماعی فرهنگی می باشد. بنابراین هدف اصلی حفاظت محیط زیست در رابطه با محیط اجتماعی، افزایش آگاهی های زیست محیطی در سطح جامعه و تغییر در بینش اجتماعی و تقویت فرهنگ زیست محیطی می باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطه استفاده از برنامه های تلویزیون با گرایش به حفظ محیط زیست بین شهروندان شهر تهران میباشد تا بتوان راهکارهایی جهت ارتقای کمی و کیفی برنامه های تلویزیون به عنوان یک رسانه ی ارتباط جمعی برای افزایش آگاهی و علاقه ی شهروندان در جهت بهینه عمل کردن و حفاظت از محیط زیست ارائه نمود. برای اجرای تحقیق، از فن "پیمایش" استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شهروندان ۱۸ سال به بالای مناطق ۲۲ گانه شهر تهران بود. حجم نمونه ها بر حسب فرمول کوکران ۳۸۴ نفر شد. که طی آن در هر منطقه تعدادی پرسشنامه به صورت تصادفی بین شهروندان توزیع گردید و همین طور از نرم افزار SPSS۲۶ برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از «ضریب آلفای کرونباخ» بررسی و برابر ۰/۸ تعیین شد. ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرها، رگرسیون خطی نیز برای بررسی فرضیات تحقیق بکار رفت. نتایج تحلیلی پژوهش نشان داد، برنامه های تلویزیونی با محتوای زیست محیطی بخوبی میتواند در ارتقاء، آگاهی افراد بالغ شهر تهران برای حفظ محیط زیست موثر واقع شوند و تلویزیون به عنوان رسانه ملی میتواند تاثیر معناداری بر حفاظت از محیط زیست از سوی شهروندان داشته باشد. «اولویت انتخاب» برنامه های زیست محیطی تلویزیونی، در میان شهروندان تهرانی، برنامه های زیست محیطی «خبری- مستند و برنامه های شاد» بود. برنامه های تلویزیونی با محتوای «هنری- سرگرمی- و مناسبت های زیست محیطی» کمترین مخاطب را در جامعه آماری تحقیق داشتند.

## کلمات کلیدی:

محیط زیست، رسانه تصویری، تلویزیون، آگاهی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1734079>

