

## عنوان مقاله:

تاثیر رسانه های اجتماعی بر فرهنگ شهروندی مردم در حوزه امداد و نجات

## محل انتشار:

اولین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی آتش نشانی و ایمنی شهری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

اعظم عبدالمالکی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

ژیلا مشهدی میقاتی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

مجید کفاشی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر رسانه های اجتماعی بر فرهنگ شهروندی مردم در حوزه امداد و نجات انجام شده است. این تحقیق از نظر هدف، یک تحقیق کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها از نوع توصیفی می باشد. پس از مطالعه پیشینه موضوع و بررسی الگوهای موجود و شکل گیری چهارچوب نظری، متغیرهای مهم تحقیق شناسایی و مدل مفهومی و فرضیات تحقیق مشخص گردید. برای اندازه گیری متغیرها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. نمونه مورد مطالعه در این تحقیق شامل 384 نفر از ساکنین منطقه 9 شهرداری شهر تهران می باشند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردید. آزمون فرضیات تحقیق به کمک مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار smart pls2 برای آزمون فرضیاتی که در قالب معادلات ساختاری مطرح شدند سنجش شد و نتایج بررسی ها نشان دهنده تاثیر مثبت و معنادار رسانه های اجتماعی بر فرهنگ شهروندی مردم می باشد. همچنین تاثیر رسانه های اجتماعی بر ابعاد فرهنگ شهروندی (مشارکت جویی، مسیولیت پذیری، پیروی از قانون، نوع دوستی) نیز مثبت و معنادار می باشد. در نهایت بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادات و راه کارهایی به شبکه های رسانه ی اجتماعی صدا و سیما و سازمان آتش نشانی و محققان بعدی ارایه گردید.

## کلمات کلیدی:

رسانه های اجتماعی، فرهنگ شهروندی مردم

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/855853>

