

"تأثیر سایت ها و وبلاگ هایی که به موضوعات محیط زیست می پردازند؛ بر ارتقا نگرش فرهنگ محیط زیستی

شهروندان"

مقدمه

امروزه رسانه ها یکی از مهمترین عامل فرهنگ سازی در جامعه هستند. با تحول و تنوع رسانه ها، فرهنگ جوامع نیز تحول و تنوع یافته و دیگر نمی توان بخشی از جامعه را شناسایی کرد که متأثر از رسانه ها نباشد. هم اینک با توجه به گسترش رسانه های نوین همه روابط اجتماعی تحت تأثیر آن ها قرار گرفته و شکل جدیدی یافته است. در میان رسانه های نوین نسل جدید رسانه ها که از پیشرفت های الکترونیک و رایانه ای حاصل گشته اند؛ بیشترین تأثیر را در بین فرآیند گذاشته اند.

امروزه سایت ها و وبلاگ ها محل تبادل فرهنگی شده اند و نفوذی که ارتباطات در رسانه های رایانه ای بر افکار عمومی در جامعه می گذارد؛ بسیار وسیع و مهم شده تا جایی که مهار جنبه های منفی آن از اهداف حکومت های گوناگون جهان قرار گرفته است. از این دیدگاه به نظر می رسد این رسانه ها می توانند با جنبه های مثبت خود در بهبود شریط زندگی امروزه جوامع نیز موثر واقع شوند و بنا به تاثیر گسترده و خاصی که در افکار عمومی دارند بتوان از آنها در فعالیتهای مثبت و اصلاحی نیز استفاده کرد.

در پژوهشی با موضوع "تأثیر سایت ها و وبلاگ هایی که به موضوعات محیط زیست می پردازند؛ بر ارتقا نگرش فرهنگ محیط زیستی شهروندان" که به صورت پرسشنامه آنلاین طی ۲ هفته (از ۲۳ دی لغایت ۷ بهمن ۱۳۹۲) در صفحه اصلی سایت سازمان حفاظت محیط زیست قرار داده شده بود؛ یافته هایی از ۷۷ نفر از بازدید کنندگان به شرح زیر به دست آمد:

۶۱ درصد جمعیت نمونه آماری را در مردان تشکیل داده و ۳۹ درصد آنها از زنان بوده اند. ۳۵ درصد جمعیت نمونه آماری سن بین ۳۶ تا ۴۵ سال داشته و کمترین تعداد مربوط به سن ۵۶ تا ۶۵ سال بوده است.

جدول توزیع فراوانی جمعیت نمونه آماری بر حسب میزان تحصیلات (جدول شماره ۱)

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
زیر دیپلم	۵	۷
دیپلم	۹	۱۲
لیسانس	۲۲	۲۸
فوق لیسانس و بالاتر	۴۱	۵۳
جمع	۷۷	۱۰۰

در جدول فوق مشاهده می شود اکثر پاسخگویان به سوالات (جمعیت نمونه آماری) تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر داشته اند (۵۳ درصد) و افراد زیر دیپلم کمترین تعداد بوده اند. (۷درصد)

توزیع فراوانی جمعیت نمونه آماری برحسب شغل (جدول شماره ۲)

درصد	فراوانی	شغل
۶۵	۵۰	کارمند (دولت)
۱۱	۸	کارمند (بخش خصوصی)
۱	۱	کارگر
-	-	محصل
۱۰	۸	دانشجو
۸	۶	آزاد
-	-	بازنشسته
۵	۴	غیره
۱۰۰	۷۷	جمع

باتوجه به جدول بالا، مشاهده می شود که اکثریت جمعیت نمونه آماری کارمند بوده اند (۶۵درصد) و کمترین آنها کارگر (۱ درصد)

توزیع فراوانی جمعیت نمونه آماری برحسب اینکه، اعضای جمعیت نمونه آماری غالبا اطلاعات خود را درباره محیط زیست از کدام منبع تامین نموده اند؟

(جدول شماره ۳)

درصد	فراوانی	منبعی که غالبا اطلاعات خود را درباره محیط زیست کسب نموده اند
۱۸	۱۴	صدا و سیما
۶	۵	مطبوعات
۱۸	۱۴	کتاب
۳۹	۳۰	وبلاگ ها و سایت ها
۱۸	۱۴	موارد دیگر
۱۰۰	۷۷	جمع

۳۹ درصد (اکثر) جمعیت نمونه آماری اظهار داشته اند که از طریق وبلاگ ها و سایت ها درباره محیط زیست اطلاعات کسب نموده اند.

توزیع جمعیت نمونه آماری برحسب اینکه تعداد موضوعات مربوط به محیط زیست در سایت ها و وبلاگ ها تا چه حد موجب افزایش اطلاعات جامعه آماری شد؟ (جدول شماره ۴)

درصد	فراوانی	میزان افزایش اطلاعات محیط زیستی جمعیت نمونه از تعداد آن در سایت ها و وبلاگ ها
۱۴	۱۱	بسیار زیاد
۴۲	۳۲	زیاد
۳۸	۲۹	متوسط
۵	۴	کم
۱	۱	هیچ
۱۰۰	۷۷	جمع

جدول فوق نشان می دهد تعدد موضوعات مربوط به محیط زیست میزان زیادی موجب افزایش اطلاعات جامعه آماری شده است. (۴۲ درصد)

(جدول شماره ۵)

درصد	فراوانی	تنوع موضوعات محیط زیستی در سایت ها و وبلاگ ها تا چه حد اطلاعات را افزایش داده است
۱۴	۱۱	بسیار زیاد
۳۴	۲۶	زیاد
۴۳	۳۳	متوسط
۵	۴	کم
۴	۳	هیچ
۱۰۰	۷۷	جمع

باتوجه به جدول بالا ملاحظه می شود که تنوع موضوع محیط زیستی در وبلاگ ها و سایت ها در حد متوسط به بالا باعث افزایش اطلاعات اکثریت جمعیت نمونه (۴۳درصد) بوده است .

(جدول شماره ۶)

درصد	فراوانی	ارتباط میزان افزایش دغدغه های محیط زیستی جمعیت نمونه با شکل خاص طرح مسایل و مشکلات محیط زیستی
۱۸	۱۴	بسیار زیاد
۳۱	۲۴	زیاد
۳۲	۲۵	متوسط
۱۶	۱۲	کم
۳	۲	هیچ
۱۰۰	۷۷	جمع

ملاحظه می شود شکل خاص طرح مسایل و مشکلات محیط زیستی در تعدد موضوعات مربوط به محیط زیست به میزان زیادی موجب افزایش اطلاعات جامعه آماری شده است (۴۲ درصد).

(جدول شماره ۷)

درصد	فراوانی	میزان تأثیر امکان مبادله پیام متقابل در سایت ها و وبلاگ ها بر جلب نظر به موضوعات محیط زیستی در آن
۲۲	۱۷	بسیار زیاد
۴۵	۳۵	زیاد
۱۶	۱۲	متوسط
۸	۶	کم
۹	۷	هیچ
۱۰۰	۷۷	جمع

جدول بالا نشان می دهد وجود امکان مبادله پیام در سایت ها و وبلاگ هایی که به موضوعات محیط زیستی پرداخته اند به میزان زیادی (۴۵ درصد) در جلب نظر جمعیت نمونه به موضوعات محیط زیست موثر بوده است.

درصد	فراوانی	میزان امکان شرکت جمعیت نمونه در فعالیتهای داوطلبانه محیط زیستی در صورت دعوت سایت ها و وبلاگ ها
۳۴	۲۶	بسیار زیاد
۴۳	۳۳	زیاد
۱۶	۱۲	متوسط
۱	۱	کم
۶	۵	هیچ
۱۰۰	۷۷	جمع

باتوجه به جدول بالا ملاحظه می شود اکثریت جمعیت نمونه آماری اظهار داشته اند که در صورت دعوت از آنها برای انجام فعالیت های داوطلبانه محیط زیستی از سوی سایت ها و وبلاگها، به میزان زیادی (۴۳ درصد) ممکن است که در آن شرکت نمایند و با توجه به اینکه (۳۴درصد) نیز به میزان بسیار زیادی ممکن است دعوت مذکور را قبول کنند می توان نتیجه گرفت تاثیر سایت ها و وبلاگ ها در زمینه موضوع محیط زیست بسیار قابل توجه است .

تحلیل داده ها :

با توجه به جداول داده های آماری ملاحظه می کنیم که جمعیت نمونه آماری به موضوعات مربوط به محیط زیست در سایت ها و وبلاگها، چگونه، در چه شرایطی و به چه میزان توجه نموده و مطالب و پیام های محیط زیستی در سایت ها و وبلاگ ها چه بازتابی در جامعه آماری داشته است . در این رابطه می توان به موارد زیر اشاره کرد :

جمعیت نمونه آماری به موضوع محیط زیست توجه زیادی دارد. اکثریت جامعه آماری غالباً اطلاعات خود را درباره محیط زیست از سایت ها و وبلاگ ها تأمین کرده اند . اکثریت جمعیت نمونه آماری به میزان متوسطی در سایت ها و وبلاگ ها با موضوعات مربوط به محیط زیست مواجه شده اند . میزان جلب جمعیت نمونه آماری به کسب اطلاعات توسط وبلاگ ها و سایت ها تقریباً شبیه صدا و سیما می باشد. جاذبه خاص وبلاگ ها و سایت ها در جلب توجه بیشتر آنها به موضوعات محیط زیستی موثر است . تعداد موضوعات مربوط به محیط زیست در افزایش اطلاعات جامعه آماری پژوهش موثر است . تنوع موضوعات مربوط به محیط زیست در سایت ها و وبلاگ ها برافزایش اطلاعات جامعه آماری موثر بوده است . نوع و مدل خاص طرح مسایل محیط زیستی در سایت ها و

وبلاگ ها در افزایش دغدغه های زیست محیطی نمونه آماری موثر بوده است . غیررسمی بودن مطالب سایت ها و وبلاگ ها درباره محیط زیست در جلب توجه جمعیت نمونه آماری به موضوعات محیط زیستی موثر بوده است . وجود امکان مبادله پیام و متقابل بودن ارتباط در سایت ها و وبلاگ ها ، بر میزان افزایش جلب نظر جمعیت نمونه به موضوعات زیست محیطی مطرح شده در آنها موثر بوده است . تاثیر سایت ها و وبلاگ ها در ترغیب جمعیت نمونه آماری به توجه به موضوعات محیط زیستی به میزان بالایی است .

فرجام:

بر اساس پژوهش حاضر می توان گفت: همانطور که رسانه های نوین ارتباطی تأثیرات ژرفی بر روابط و شرایط زندگی امروزی جوامع داشته اند؛ نگرش ها و باورهای افراد جامعه را نیز به شدت تحت تأثیر خود قرار داده اند . بنابراین موضوعات اجتماعی وقتی توسط رسانه های نوین مطرح می شوند؛ بدیهی است نگرش ها ، اطلاعات و باورها را بگونه ای دیگر تحت تأثیر قرار می دهند. از این رو نوع این تأثیر و میزان آن قابل بررسی و تأمل است . پژوهش حاضر در راستای این بررسی و تأمل ، به موضوع اجتماعی و فراگیر محیط زیست به عنوان محملی برای شناخت ابعاد تأثیرات وبلاگ ها و سایت ها در باورها و نگرش های مردم جامعه پرداخته است. در این رابطه همانطور که پژوهش نشان داد، تاثیر وبلاگها و سایت ها در ارتقای نگرش، جلب توجه و فرهنگ جامعه آماری مورد نظر، موثر بوده است و می توان نتیجه گیری کرد که نوع ارایه پیام در سایت ها و وبلاگها، ویژگی های رسانه ای و مفهومی پیام ، پیام دهنده و پیامگیر در این فرآیند اطلاع رسانی در نگرش و باور مخاطب بسیار موثر است .