

عنوان مقاله:

تحلیل مضامین نهفته در دیدگاه‌های مصرف‌کنندگان پویانمایی‌های دوبله‌شده در ایران با رویکرد وب‌نگاری

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه، دوره 52، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

مهرنوش فخارزاده - دانشگاه شیخ بهایی

عاطفه هاشمیپور - دانشگاه شیخبهایی

خلاصه مقاله:

رشد سریع فناوری بازار محصولات دیداری‌شنیداری و ترجمه آن‌ها را متحول ساخته است. این امر، با فراهم‌آوردن شرایط تعاملی میان مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، مترجمان و صدایشگران، باعث توجه بیشتر پژوهشگران به مصرف‌کنندگان و تجارب آن‌ها شده است. از این رو، پژوهش حاضر در نظر دارد، با رویکرد وب‌نگاری، مضامین نهفته در دیدگاه مصرف‌کنندگان پویانمایی‌های دوبله‌شده در ایران را تحلیل نماید. بدین‌منظور دوازده پویانمایی انتخاب و دیدگاه‌های مصرف‌کنندگان در ارتباط با آن‌ها، از چند میدان پژوهش، گردآوری، پالایش و تحلیل شدند. برای تأیید مضامین و افزایش اطمینان‌پذیری پژوهش، با هفت شرکت‌کننده مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمندی انجام شد. سه مضمون کلی انتظارات، انگیزه‌ها و رفتار مصرف‌کنندگان از هفت مضمون اولیه بدست آمدند. مضامین فرعی عبارت بودند از: رؤیت‌پذیری صدایشه، مسرت‌طلبی، برندگزینی، به‌روزی‌بودگی، دست‌نخوردگی، خودتعیین‌گری و مقیدسازی فرهنگی.

کلمات کلیدی:

دیدگاه مصرف‌کنندگان، وب‌نگاری، دوبله، پویانمایی، تحلیل مضامین نهفته

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1172409>

