

## عنوان مقاله:

بررسی میزان استفاده و رضامندی زنان از تماشای سریالهای تلویزیونی

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره 4، شماره 11 (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

محمد اسماعیل ریحانی - استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

مسعود کوثری - دانشیار دانشگاه تهران

مرضیه حقگوی اصفهانی - دانشگاه مازندران

## خلاصه مقاله:

مقاله حاضر در حوزه جامعه رضامندی « شناسی ارتباطات و با به کارگیری رویکرد « استفاده و ، به دنبال آن است تا ضمن بررسی ابعاد استفاده و رضامندی زنان از تماشای سریالهای تلویزیونی، تاثیر پایگاه اجتماعی اقتصادی بر میزان استفاده و رضامندی زنان از تماشای سریالها را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد. این تحقیق، به شیوه پیمایش انجام شده و داده ها از طریق پرسشنامه همراه با مصاحبه جمع است آوری گردیده . ۳۸۳ پاسخگویان پژوهش، ۲۰-۵۴ نفر از زنان متأهل ساله ساکن بوده ۱۳۸۵ در مناطق یازده گانه شهر اصفهان در سال اند. نتایج نشان می و ۲۴ دهد که میانگین تماشای تلویزیون در بین زنان، سه ساعت دقیقه در روز بوده و بیشتر زنان، سریالهای تلویزیونی را اکثر ا می وقات تماشا کرده و آن را جز اولویت اول در تماشای برنامه بودند های تلویزیونی قرار داده . رضامندیهای کسب شده از تماشای سریالها، در حد متوسط بوده و بین پایگاه اجتماعی اقتصادی زنان و میزان استفاده و رضامندی از تماشای سریالهای تلویزیونی، رابطه معناداری مشاهده شده است؛ بدین صورت که با افزایش سطح پایگاه اجتماعی اقتصادی زنان، میزان تماشای تلویزیون و سریالها توسط آنان کمتر گزارش شده است؛ و نیز میزان رضامندی آنان از تماشای سریالهای تلویزیونی در ابعاد چهار گانه (کسب آگاهی، کسب هویت شخصی، تفریح و سرگرمی، و برقرار اجتماعی کنش متقابل (است کاهش یافته . با عنایت به روند رو به افزایش میزان تحصیلات و اشتغال زنان در سالهای اخیر که به توانمند سازی و ارتقای پایگاه اجتماعی اقتصادی آنان طی سالهای آینده منجر خواهد شد، ضروری به نظر می سیاست رسد که برنامه گذاران و رسانه سازان پر مخاطب تلویزیون، به تولید و پخش سریالهایی اقدام نمایند که پاسخگوی نیازهای زنان بوده و بتواند رضایت خاطر آنان را در زمینه های تفریح و سرگرمی، برقراری کنش متقابل اجتماعی، کسب آگاهی، و به ویژه کسب هویت فردی و اجتماعی فراهم آورد .

## کلمات کلیدی:

استفاده و رضامندی، ابعاد رضامندی، مخاطب پایگاه اجتماعی اقتصادی، سریالهای تلویزیونی، زنان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1184896>

