

عنوان مقاله:

آگهی بازگانی در رادیوی استانی (بررسی ساختار و محتوای آگهی های بازگانی سه مرکز آذربایجان شرقی، گیلان و کردستان)

محل انتشار:

دومین همایش ملی هنرهای نمایشی و دیجیتال (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

محمد امامی - عضو هیئت علمی دانشکده هنر دانشگاه دامغان، دامغان، ایران

علی نوری ممرآبادی - کارشناس ارشد ارتباطات، دانشکده صدا و سیما، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

رادیو از دیرباز مهمترین ابزارهای رسانه ای است، از همین رو مجرای مناسب و مهم برای تبلیغات بشمار می رود. در این پژوهش برآنیم تا با بررسی دقیق آگهی های بازگانی در رادیوهای مراکز استانی، میان وضعیت مطلوب و موجود آن مقایسه ای انجام دهیم. برای این هدف با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد قیاسی، آگهی هایبازگانی سه مرکز آذربایجان شرقی، گیلان و کردستان با الگوی مطلوبی که با روش مطالعه اسنادی از پژوهش های پیشیناستخراج شده است، انطباق داده شد. الگوی مذکور شامل ۱- شاخص های محتوایی: شاخص های نظارت و ارزیابی و شاخص های اداره کل بازگانی صدا و سیما و ۲- شاخص های ساختاری: ۳- شاخص های گویندگی و اجرا است که از منظرکارشناسان رسانه و تبلیغات به آنها پرداخته شده است. جامعه مورد بررسی در این پژوهش، کلیه ی آگهی های بازگانی سهمرکز مورد بررسی در بازه بهمن ماه ۱۳۹۸ است که به روش نمونه گیری هدفمند؛ از هر مرکز ۵ پیام مورد تحلیل قرارگرفته است. تحلیل محتوای پیام ها حاکی از آن است که تمامی مراکز مورد بررسی در بخش رعایت شاخص های ساختاریاز قبیل صدا و لحن گوینده، لهجه و یا گویش بومی، جاذبه های تبلیغاتی، استفاده از موسیقی محلی، قالب های رادیویی و... عملکرد ضعیف و در بخش رعایت شاخص های محتوایی از قبیل توجه به اصول شرعی و دینی و اخلاقی، توجه به اصولفرهنگی و عرفی، حمایت از کالای ایرانی و توجه به حوزه خانواده و سلامت عملکرد نسبتا خوبی داشته اند.

کلمات کلیدی:

رادیو، آگهی بازگانی، صدا و سیما، رادیو آذربایجان شرقی، رادیو گیلان، رادیو کردستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1263811>

