

عنوان مقاله:

تحلیل جامعه شناختی تأثیر هویت، اعتماد و پایگاه اجتماعی اقتصادی بر رضایتمندی مخاطبان از تلویزیون ماهواره ای مطالعه موردی افراد 15 تا 50 سال شهر کرمانشاه

محل انتشار:

اولین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

هادی رازقی مله - کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

صبح متولیان - دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

در عصر کنونی که با گسترش روز افزون و پیچیدگی فزاینده مناسبات و تعاملات اجتماعی همراه است، وسایل ارتباط جمعی (مطبوعات، رادیو، تلویزیون و...) به دلایل بسیاری دارای اهمیت هستند. در واقع رسانه های جمعی صنایع در حال رشد و پویایی هستند که به ایجاد اشتغال، تولید کالا و خدمات و تغذیه مناسب صنایع می پردازند. از سوی دیگر رسانه های جمعی سرچشمه قدرت محسوب می شوند یعنی ابزاری برای کنترل، مدیریت و نوآوری هستند که می توانند جانشینی برای کاربرد زور، اجبار و نظایر آن از سوی نهادهای قدرت در جامعه باشند. از این رو پژوهش حاضر به بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی مخاطبان از تلویزیون ماهواره ای است. این پژوهش با استفاده از روش پیمایش انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را مخاطبان کرمانشاهی 15 تا 50 سال تشکیل داده اند. حجم نمونه 384 نفر می باشد. اطلاعات تحقیق با استفاده از ابزار پرسشنامه گردآوری شده است. یافته های تحقیق نشان می دهند که متغیر اعتماد به تلویزیون ماهواره ای (0 / 548) بالاترین اثر کل را بر متغیر رضایتمندی کسب شده از تلویزیون ماهواره ای داشته است.

کلمات کلیدی:

رضایتمندی، تلویزیون ماهواره ای، مخاطب، مصرف رسانه ای، اعتماد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/463771>

