

عنوان مقاله:

نگرش مخاطبان قایم شهری به شبکه های تلویزیونی ماهواره ای

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 14، شماره 21 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

مهرداد منانی - استادیار مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر

رمضان حسن زاده - دانشیار روانشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

علی اکبر فرهنگی - استادمدریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

خلاصه مقاله:

مخاطب هدف هرکوشش رسانه ای است و باید نخست ترغیب و سپس قانع شود که رسانه درخصوص علاقه و نیاز او پیام میدهد هدف اساسی مقاله حاضر مطالعه مهمترین نیازهای رسانه ای مخاطبان دراستفاده از شبکه های ماهواره ای فارسی زبان است برای این منظور 458 نفر از شهروندان قایم شهری که بیننده شبکه های ماهواره ای فارسی زبان بودند به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند روش تحقیق از نوع پیمایشی است و تکنیک جمع اوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته است داده ها با استفاده از روش های آماری ناپارامتریک مورد پردازش قرارگرفتند یافته ها نشان دادند که پاسخگویان بیشتر از برنامه های ماهواره که جنبه سرگرمی و یادگیری داشته استفاده می کنند همچنین بین انواع نیازهای مخاطبان تفاوت وجود داشته و ترتیب اهمیت این نیازها عبارتند از: عاطفی، شناختی، اجتماعی و سیاسی طبق یافته های توصیفی بیشتر مخاطبان در شب ها به تماشای ماهواره می پردازد و میزان مصرف ماهواره درمخاطبان با تحصیلات پایین بیشتر و با افزایش سطح تحصیلات کاهش می یابد

کلمات کلیدی:

مخاطب شناسی، نیاز، استفاده و خشنودی، شبکه های تلویزیونی ماهواره ای، نگرش، قایم شهر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602450>

