

عنوان مقاله:

مقایسه وضعیت موجود و مطلوب تبلیغات ضددخانیات در سیمای جمهوری اسلامی ایران از نظر کارشناسان ارتباطات و شورای سلامت سازمان صداوسیما در سال 1390

محل انتشار:

فصلنامه علمی رسانه های دیداری و شنیداری، دوره 9، شماره 21 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

محمد میناوند - استادیار دانشگاه صداوسیما

حمیدرضا چراغپور - کارشناسی ارشد تبلیغات و بازاریابی دانشگاه صداوسیما

خلاصه مقاله:

امروزه استعمال دخانیات یکی از مسایل مهم اجتماعی است. براساس آمار ارایه شده از سوی مرکز تحقیقات پیشگیری و کنترل دخانیات دانشگاه علوم پزشکی، سالیانه بیش از 5 میلیون نفر در جهان و 40 هزار نفر در ایران در اثر مصرف سیگار جان خود را از دست می دهند. همچنین، مصرف دخانیات در ایران روزانه چیزی معادل 50 میلیارد ریال هزینهدر بر دارد. لذا، تحقیق درباره استعمال دخانیات و آثار سوء آن و راه های پیشگیری و مبارزه با آن ضروری به نظر می رسد. یکی از راه های پیشگیری و مبارزه با این پدیده، افزایش آگاهی مردم از نتایج زیانبار استعمال دخانیات، به وسیله تبلیغات تلویزیونی است. این پژوهش با استفاده از روش مصاحبه عمیق، به نظرات 13 نفر از کارشناسان درخصوص افزایش آگاهی مخاطبان، ساخت برنامه ها و تبلیغات تلویزیونی و نقاط قوت و ضعف تبلیغات ساخته و پخش شده در این زمینه، می پردازد. نتایج حاصل از اینمصاحبه ها، لزوم توجه ویژه برنامه سازان و تهیه کنندگان به تولید برنامه ها و تبلیغات مرتبط، همچنین تعامل بیشتر دستگاه ها به خصوص وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی وسازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران را نشان می دهد

کلمات کلیدی:

استعمال دخانیات، آگاهی مخاطبان، تبلیغات تلویزیونی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/791356>

