

عنوان مقاله:

الگوهای مختلف ارایه پیام های سلامتسنجش نگرش مخاطبان درباره تاثیر الگوهای مختلف ارایه پیام هایسلامت تلویزیون

محل انتشار:

فصلنامه علوم اجتماعی، دوره 23، شماره 73 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

هادی خانیکی - دانشیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

حبیب راثی تهرانی - کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

طراحی پیامهای سلامت مقوله ای میان رشته ای است که از حوزه ارتباطات سلامت سرچشمه گرفته است آنچه در این مقاله بدان پرداخته ایم، سنجش میزان تاثیر الگوهای مختلف ارایه پیامهای سلامت بر مخاطبان تلویزیون است. پرسش مهم مقاله این است که چگونه رسانه ای مانند تلویزیون از طریق الگوهای متفاوت ساختاری تولید و پخش پیامها و اطلاعات سلامت محور، منجر به تغییر رفتار در فرد می شود پیامهای سلامت در این پژوهش به پیامهایی اطلاق می شوند که به بحث سلامت فردی و اجتماعی می پردازند. الگوهای ارایه پیام نیز شامل پیامهای یک و دو طرفه و همچنین الگوهای سلبی و ایجابی ارایه پیام می شود. برای سنجش تاثیر این دسته از پیامها بر مخاطبان، نمونه آماری با حجم 600 نفر از میان شهروندی بالای 15 سال تهرانی انتخاب شده است روش این پژوهش پیمایش است. از مهمترین یافته های پژوهش این است که برنامه های مستند و گزارشهای تصویری، بیشترین نقش را از نظر میزان جلب توجه مخاطبان کسب کرده اند. همچنین منبعی که بیشترین تاثیر را از نظر مخاطبان دارد، متخصصان، کارشناسان، صاحب نظران و استادان با تجربه گزارش شده است که می توان نتیجه گرفت که بهترین الگو برای ارایه پیامهای سلامت در تلویزیون برنامه هایی در قالب مستند و گزارشهای تصویری و با حضور متخصصان، کارشناسان، صاحب نظران و استادان باتجربه است.

کلمات کلیدی:

ارتباطات سلامت، پیام سلامت، تغییر رفتار، الگوهای ارایه پیام، تلویزیون

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/646344>

