

عنوان مقاله:

پنداشت مردم تهران از سلبریتی ها در عصر رسانه های مجازی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 9، شماره 35 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 48

نویسندگان:

احمد پاکزاد - دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبائی

سید نورالدین رضوی زاده - عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

محمد رضا کلاهی - عضو هیات علمی موسسه مطالعات اجتماعی و فرهنگی وزارت علوم، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

عصر ما عصر شهرت است و سلبریتی ها جنبه ای گریزناپذیر از زندگی روزمره ما هستند. با توجه به نفوذ و اقبال بالایی که سلبریتی ها در بین نسل جدید برخوردارند، فعالیت آن ها در سال های اخیر به یک چالش جدی در جامعه ایران تبدیل شده است. بر این اساس، در تحقیق حاضر به مطالعه نگرش مردم تهران نسبت به سلبریتی ها پرداخته شده است. روش پژوهش، از نوع اسنادی-پیمایشی و نمونه آن ۳۸۴ نفر از شهروندان ۱۵ سال و بالاتر ساکن شهر تهران بوده است که با روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شدند. داده ها با کمک پرسشنامه، گردآوری و به وسیله نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد ۷/۷۲ درصد پاسخگویان اخبار و حواشی مربوط به سلبریتی ها را پیگیری می کنند. «بازیگران سینما و تلویزیون»، «ورزشکاران» و «خوانندگان و نوازندگان داخلی» به ترتیب مهم ترین سلبریتی های موردعلاقه پاسخگویان بوده اند. «موفقیت در زمینه شغلی»، «مردمی بودن» و «موضع گیری های سیاسی و اجتماعی» از دلایل مهم علاقه مندی افراد به سلبریتی ها است. یافته های پژوهش حاضر همچنین نشان می دهد که اگرچه مردم اخبار و حواشی سلبریتی ها را پیگیری می کنند اما ۹/۶۸ درصد در حد «کم یا خیلی کم» و تنها ۱/۱۳ درصد در حد «زیاد یا خیلی زیاد» به سلبریتی ها گرایش دارند. نمره میانگین گرایش پاسخگویان به سلبریتی ها ۶ از ۲۰ می باشد که بیانگر گرایش پایین است.

کلمات کلیدی:

سلبریتی، فرهنگ سلبریتی، الگو، گرایش به سلبریتی ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1956322>

