

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat

III. Hallgatói Követelményrendszer

III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat

6.13. sz. függelék: A MATE egységes szakdolgozat / diplomadolgozat / záródolgozat / portfólió készítési útmutatója

5.2. sz. melléklete: Tartalmi kivonat (absztrakt)

Médiafogyasztási szokások elemzése

Mező Balázs Roland

Kereskedelem és marketing, alapképzés, nappali

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Belső témavezető: Dr. Kovács Annamária, egyetemi docens, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

A szakdolgozat a médiafogyasztási szokások alakulását vizsgálja a digitalizáció és a generációs különbségek összefüggésében. A kutatás kiindulópontja az a társadalmi és technológiai változás, amely alapvetően befolyásolja, hogyan és milyen célból használják az emberek a különböző médiumokat. A téma aktualitását az adja, hogy a médiatartalmak fogyasztása ma már az egyének mindennapi életének meghatározó része, ugyanakkor a fogyasztási formák, motivációk és preferenciák jelentős átalakuláson mentek keresztül.

A dolgozat célja, hogy feltárja a médiahasználat pszichológiai és szociológiai dimenzióit, valamint azokat a motivációkat, amelyek a különböző generációk médiához való viszonyát alakítják. A kutatás kitér az információszerzés, a szórakozás és a társas kapcsolódás szerepére, továbbá vizsgálja, miként hatnak a digitalizációval járó új jelenségek az egyének médiához való viszonyára.

Az empirikus vizsgálat két módszertani pillérre épül, interjú elemzésre és kérdőíves felmérésre. Az interjúk kvalitatív megközelítésben a különböző korosztályok médiahasználati attitűdjeit és élményeit tárták fel, míg a kérdőíves kutatás kvantitatív adatokkal egészítette ki a vizsgálatot. Az eredmények értelmezése a szakirodalmi feldolgozás és a szekunder adatok tükrében történt.

A kutatás megállapításai szerint a médiahasználat minden korcsoportban a mindennapi élet szerves részévé vált, de a használat módja, célja és eszközei generációnként eltérő mintázatokat mutatnak. A fiatalabb generációk jellemzően interaktívabb, digitális környezetben mozognak, míg az idősebb korosztályok médiahasználatát inkább a hagyományos csatornák határozzák

meg. A médiafogyasztás motivációi sokrétűek, az információs igény, a szórakozás és a társas kapcsolódás mind fontos szerepet töltenek be.

A kutatás eredményei rámutatnak arra, hogy a médiafogyasztás nem pusztán technológiai jelenség, hanem társadalmi, kulturális és pszichológiai folyamat is. A médiatudatosság és a kritikai gondolkodás fejlesztése alapvető fontosságú annak érdekében, hogy az egyének képesek legyenek a források értékelésére és a kiegyensúlyozott tartalomfogyasztásra. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak a jövőbeli médiatudatos nevelés és a kommunikációs stratégiák kialakításához.