

عنوان مقاله:

نقش گوینده خبر ارتباط گر در جذب مخاطب و افزایش اثربخشی خبرتلویزیونی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات میان رشته ای ارتباطات و رسانه، دوره 1، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

مرتضی شمس - دانشجوی دکتری ارتباطات

اردشیر زابلی زاده - دانشیار دانشگاه صدا و سیما

خلاصه مقاله:

شبکه های خبری تلویزیونی، نقش ویژه ای در شکل دهی افکار عمومی و جریان سازی های سیاسی و اجتماعی در جوامع دارند و عرصه خبر، تبدیل به صحنه ای از رقابت شبکه های خبری برای جذب بیشتر مخاطبان شده است. گوینده خبر، عنصری مهم در هر شبکه خبری تلویزیونی است که در ارتباطی بی واسطه، اخبار را به مخاطبان ارائه می دهد. هدف از این پژوهش کیفی که با شیوه اسنادی و مطالعات میدانی انجام شده است، بررسی نقش و اهمیت گوینده خبر ارتباط گر در خبر تلویزیونی است؛ گوینده ای که با کمک مهارت و شاخص های ویژه خود، ارتباطی نزدیک با مخاطبان برقرار و اخبار را باورپذیرتر و با اثر اقناعی بیشتری به آنها عرضه می کند. بر اساس نتایج پژوهش، استفاده از سبک های جدید گویندگی خبر، تمایز قائل شدن بین گوینده خبر و خبرخوان از سوی شبکه های خبری تلویزیونی، مشارکت گویندگان خبر در نگارش و تهیه خبر و آشنایی گویندگان با علوم رفتاری و ارتباطات غیرکلامی، از اصولی است که گوینده خبر ارتباط گر باید در دستور کاری خویش قرار دهد.

کلمات کلیدی:

خبر تلویزیونی، ژورنالیست، گوینده خبر، گوینده خبر ارتباط گر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1283317>

