

عنوان مقاله:

بررسی شیوه های اقناع مخاطبان زن در فضای مجازی شبکه های ماهواره ای فارسی زبان (بی بی سی فارسی، ایران اینترنشنال، من و تو، صدای آمریکا)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مطالعات مدیریت، فرهنگ و هنر (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مهران بالازاده - کارشناسی ارشد رشته رادیو گرایش تهیه کنندگی دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

ابراهیم بالازاده - کارشناسی مهندسی مکانیک دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین نقش های جنسیتی، نقش همسری زنان و دختران در خانواده است که بطور گسترده در فضای مجازی به چالش کشیده می شود. بخش قابل توجهی از این فضا، با استفاده از تکنیک های ارتباطی اقناعی، بازتعریف جدیدی از هویت زن ارائه می کند و مخاطب را از ایفای نقش های جنسیتی که تاکنون بر عهده داشته، باز می دارد. در این گزارش با بررسی اسنادی و کتابخانه ای و انجام مطالعه موردی روی شبکه های اجتماعی و فضای مجازی منتسب به چهار شبکه ماهواره ای فارسی زبان (بی بی سی فارسی، ایران اینترنشنال، من و تو، صدای آمریکا) به تحلیل و بررسی شیوه های اقناع و رویکرد شبکه های ماهواره ای فارسی زبان در فضای مجازی می پردازیم. نتایج نشان می دهد که به طور کلی شبکه های ماهواره ای فارسی زبان در فضای مجازی با تکنیک حفظ ارتباط دو طرفه، هدایت نامحسوس نظرات کاربران، پرهیز از نگاه جانب دارانه، استفاده حداکثری از جذابیت های دیداری، ایجاد حس حضور، دست گذاشتن روی نقش زنان در خانواده، حفظ تناسب پیام با نحوه ارائه، اعتبار منبع و تنظیم پیام با نوع مخاطب، سعی در اقناع مخاطبان خود دارند.

کلمات کلیدی:

فضای مجازی، مخاطب، ماهواره، ا ناع، شبکه های ماهواره ای فارسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1677966>

