

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر درگیرسازی کاربران در صفحه اینستاگرام رادیو انگلیسی برون مرزی صداوسیما

محل انتشار:

پژوهشنامه رسانه بین الملل، دوره 7، شماره 2 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

زینب مقدسی - کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، گروه ارتباطات، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران

یوسف خجیر - استادیار گروه ارتباطات، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

با ظهور فناوری‌های نوین و گسترش رسانه‌های اجتماعی، افق‌های جدیدی به روی رادیو گشوده شد. چنانکه رادیو می‌تواند تعاملی دوسویه با مخاطبان خود داشته باشد و با استفاده از امکانات رسانه‌های اجتماعی، اعتماد مخاطب و وفاداری آن را کسب کند. با توجه به اهمیت این موضوع، بررسی عواملی که بر مشارکت و درگیرسازی کاربران موثر است؛ برای رسانه رادیو اهمیت پیدا می‌کند. هدف این پژوهش شناسایی و صورت‌بندی عوامل موثر بر افزایش مشارکت کاربران در اینستاگرام رادیو انگلیسی برون مرزی صداوسیماست. در این پژوهش از نظریه‌های استفاده و رضامندی و همگرایی رسانه استفاده شده است. روش تحقیق، تحلیل مضمون و شیوه جمع‌آوری اطلاعات، مصاحبه نیمه ساختمند با ۱۵ صاحب‌نظر حوزه رسانه است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد عوامل موثر در درگیرسازی مخاطب در رسانه‌های اجتماعی برون مرزی از جمله اینستاگرام رادیو انگلیسی شامل هشت مضمون اصلی است. «تعامل با مخاطب»، «تخصص، آشنایی و استفاده به موقع از قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی» و «مخاطب‌شناسی در تحریریه رادیوها» از عوامل موثر در مشارکت مخاطب شناخته شده و استفاده به موقع از «راهبردهای افزایش درگیر کردن (مشارکت دادن) مخاطب» و «اشتراک مخاطبان در محتوای رسانه» بر رفتار کاربر در مشارکت کردن موثر است. همچنین مضمون‌های «خط مشی رسانه»، «ملاحظه اخلاقی و فرهنگی» و «اسناد سیاست‌گذاری و راهبرد برون مرزی» که از نتایج به دست آمده در تحقیق است؛ به صورت مستقیم بر مشارکت و درگیرسازی مخاطب تاثیرگذار است و می‌تواند رسانه‌های برون مرزی را برای داشتن مخاطب فعال و وفادار یاری کند.

کلمات کلیدی:

برون مرزی صداوسیما، رادیو انگلیسی، نرخ تعامل، اینستاگرام، درگیرسازی مخاطب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1774585>

