



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

THE VIEWER: تحلیل تاثیر آنلاین و آفلاین مدیر گفتگوی اختصاصی  
در اتاق خبر رسانه پخش برنامه عمومی

عنوان انگلیسی مقاله :

@THEVIEWER: Analyzing the offline and online impact of a  
dedicated conversation manager in the newsroom of a public  
broadcaster



### توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل  
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

## بخشی از ترجمه مقاله

### Conclusion and discussion

The appointment of the conversation manager reflects the *professionalization* and the *separation* of social media use in the newsroom on a daily basis. On one hand, both activity toward and interactivity with the audience increased due to the conversation manager's dedication to the tweeting audience. On the other hand, program makers seek control in a public space in which the flow of information becomes ever more uncontrollable. Alike Graham (2012), we understand the conversation manager as a "facilitator" of the public debate, without getting involved in the actual discussion. Within the newsroom, the predominant value of Twitter is a "sensory" one, as it signals what the audience thinks, likes, and dislikes. In this respect, audience metrics are a "supplement to news judgment" (Anderson, 2011: 563). As this case study is defined in time and space, behavior and attitudes reflect the very early stages of the conversation manager's appointment and are contingent upon the newsroom and program we studied. Moreover, the Flemish audiovisual market is fairly small and usage of social media in relation to television is limited in Flanders (i.e. 16%) (iMinds-iLab.o, 2013).

#### نتیجه گیری و بحث

انتصاب مدیر مذاکرات بازتاب دهنده تخصصی کردن و جداسازی کاربرد رسانه اجتماعی در اتاق خبر بر مبنای روزانه است. از یک طرف، هم فعالیت در جهت مستمع و هم تعاملی بودن با مستمع افزایش یافته که این افزایش به دلیل تخصیص مدیر مذاکرات به مستمع توثیق کننده است. از طرف دیگر، سازندگان برنامه به دنبال کنترل کردن فضای عمومی هستند که در آن جریان اطلاعات حتی غیر قابل کنترل تر هم می شود. همانند Graham (2012) ما مدیر مذاکرات را به عنوان تسهیل گر مذاکره عمومی در نظر می گیریم، که در بحث واقعی درگیر نمی شود. در اتاق خبر، ارزش غالب تویتر از نوع حسی است، چون آن چیزی را ابلاغ می کند که مستمع به آن فکر می کند، دوست دارد، و یا دوست ندارد. در این رابطه، سنجه های مستمع "منبع تکمیلی برای داوری اخبار" هستند (Anderson, 2011:563). چون این مطالعه موردی در زمان و فضا تعریف شده است، رفتار و گرایش نشان دهنده مراحل بسیار ابتدایی انتصاب مدیر مذاکرات هستند و مشروط به اتاق خبر و برنامه ای که ما از پیش آماده کرده ایم، می باشد. به علاوه، بازار صوتی تصویری فلاندرز انصافاً کوچک است و استفاده از رسانه اجتماعی در رابطه با تلویزیون در فلاندرز محدود است (یعنی 16 درصد) (iMinds-iLab.o, 2013).



### توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.