

عنوان مقاله:

مطالعه تاثیر رسانه های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت دولتی، دوره 7، شماره 3 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

عباس نرگسیان - استادیار مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حسن هژبرافکن خلاری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

محمدرضا معینی کربکندی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

بین رسانه‌های مدرن، اینترنت به دلیل جاذبه‌های متنوع، جایگاه ویژه‌ای دارد. گسترش سریع فناوریهای ارتباطی در سراسر جهان این پرسش را مطرح میکند که این رسانه‌ها و واسطه‌های ارتباطی چه تاثیری در مشارکت عمومی و تحولات اجتماعی و سیاسی جهان دارد. در این پژوهش اهمیت رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی، به طور کاربردی سنجیده میشود. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی، از نظر چگونگی گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) و از شاخه مطالعات میدانی و از نظر ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع علی است. روش اجرای پژوهش نیز پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، دانشجویان دانشگاه تهران را شامل میشود که نمونه‌گیری آن به روش طبقه بندی است و داده‌ها به کمک ابزار پرسشنامه گردآوری شده‌اند و در نرم افزار لیزرل ۵۴/۸ تجزیه و تحلیل می‌شوند. نتایج پژوهش نشان میدهد اثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی و سیاسی و همچنین اثر این دو نوع مشارکت بر شفافیت و اعتماد عمومی معنادار است و تایید میشود.

کلمات کلیدی:

اعتماد عمومی، رسانه های اجتماعی آنلاین، شفافیت، مشارکت سیاسی، مشارکت مدنی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1402608>

