

## عنوان مقاله:

ضرورت ارتقاء سواد رسانه ای در سازمان های صنعتی

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

احسان پوری - دکترای مدیریت رسانه

زهره عرب - دانشجوی کارشناسی ارشد روزنامه نگاری دانشگاه سوره، تهران، ایران.

## خلاصه مقاله:

رسانه ها: از عوامل مهم ایجاد تغییرات و بازتولید اجتماعی و «سازمان ها» از ارکان اصلی اجتماع هستند که «مدیریت» عامل مهمی در موفقیت یا شکست آنها است. مدیر ارشد سازمان برای هدایت روند حرکت به سمت وضعیت مطلوب و رشد مجموعه نیازمند استفاده آگاهانه از رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی به عنوان نهادهای تاثیرگذار، برنامه ریزی های اصولی در بخش روابط عمومی و ارتباط با صاحبان اندیشه در راستای جلب حمایت و تبلیغ برای سازمان است. امروزه تحولات سریع بازارهای جهانی، سازمان ها را با چالش های مختلفی روبه رو کرده است. با ایجاد کسب و کارهای موازی و بازیگران جدید، باقی ماندن در بازار مستلزم رقابت با رقبای قدرتمند است که با توجه به گسترش و پیچیدگی اهداف، فرآیندها و ساختار سازمانی، سازمان هایی می توانند به بقای خود ادامه دهند که نسبت به خواسته ها و انتظارات مشتریان، سهامداران و سایر ذی نفعان پاسخگو باشند. لذا طراحی و اجرای یک الگوی ارتباطی برای همه بازیگران صنعت لازم است. تحقق یک برنامه جامع ارتباطی مستلزم ایجاد مکانیسم پاسخگویی در چارچوب خدمات مورد نیاز ذی نفعان است که نیاز آنان را پوشش دهد. اهمیت سواد رسانه ای در سازمان ها به ویژه سازمان های صنعتی به میزان حساسیت زمینه کاری و تاثیر اخبار و اطلاعات سازمان بر افکار عمومی، برندینگ، فروش، سودآوری و بسیاری از فاکتورهای دیگر برمی گردد که هر کدام اهمیت بالایی داشته و به سهم خود قابل پرداخت هستند. بنابراین مهم است که مدیران، مجموعه روابط عمومی، کارشناسان، پرسنل و مدیر ارشد سازمان دارای سواد رسانه ای و دانش روابط عمومی بوده و نسبت به علوم ارتباطات، ماهیت رسانه، افکار عمومی، اصول تولید محتوا و حساسیت های ناظر بر آن آگاهی کافی داشته باشند. در این مقاله «ضرورت ارتقاء سواد رسانه ای در سازمان های صنعتی» مورد بررسی قرار گرفته و با رویکرد تشریح اهمیت استفاده از این ظرفیت در جهت توسعه و موفقیت سازمان ها، به بررسی مفاهیم مرتبط با این حوزه و مطالعات انجام شده از طریق روش اسنادی می پردازد و در نهایت به این نتیجه می رسد که سواد رسانه ای، اثر مهم و کلیدی در برقراری تعامل مثبت و رشد یک سازمان صنعتی دارد و عدم توجه به ملاحظات آن موجب بروز اختلال در روند فعالیت های درون سازمانی و برون سازمانی می شود.

## کلمات کلیدی:

سواد رسانه ای، سواد روابط عمومی، سازمان های صنعتی، روابط عمومی صنعتی، مسئولیت های اجتماعی، ذی نفعان سازمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1442602>

