

عنوان مقاله:

ارزیابی استفاده از ظرفیت های رسانه های محلی و محیطی در جهت آشنایی و ترویج مسئولیت های شهروندان شیرازی و بررسی بازخورد آنان

محل انتشار:

ششمین کنگره ملی آنالیز داده ها در علوم انسانی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسنده:

فاطمه نیازمند - 1- کارشناس کامپیوتر و تحلیل گر سیستم شهرداری شیراز، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

اساسی ترین بعد جامعه اطلاعاتی آن است که در آن، اطلاعات نقش عمده ای را بازی می کنند. رسانه ها امکانات جدیدی را برای بشر به وجود آورده اند و این پدیده جدید باعث می شود تا بسیاری از مناسبات سیاسی و فرهنگی که ریشه در گذشته های بسیار دور دارد دگرگون شود. از طرفی رسانه های جدید به علت تکثری که دارند و همچنین دسترسی بیشتر افراد برای تولید پیام می توانند تک صدایی را در جوامع بشکنند و افراد را با نظرات و نگاه های دیگر آشنا کنند و همچنین می توانند مردم را با بسیاری از اخباری که تا پیش از آن در دست عموم مردم قرار نمی گرفت آشنا کنند و از طرف دیگر آنها می توانند در دست سرمایه داران و گروه های صاحب نفوذ بیافتد و آنها از رسانه ها برای اقناع افکار عمومی در جهت منافع خود بهره گیری کنند. با توجه به اهمیت ارتباطات و نقش تاثیرگذار آن، پژوهش حاضر به ارزیابی بازخورد شهروندان در مورد گسترش ارتباطات و تبلیغات رسانه ای شهرداری شیراز می پردازد، چرا که شهرداری هر شهری یکی از پر قدرت ترین سازمان ها و ارگان آن شهر است که وظیفه آبادانی و بهبود امور جامعه را بر عهده دارد. برای این امر از مدل ExpertChoice بهره برده شد. در نتیجه نهایی این پژوهش می توان گفت بدون شک در دنیای ارتباطات، رسانه و تلویزیون به عنوان یکی از بزرگترین و پرمخاطب ترین وسایل ارتباطی، کمک بزرگی به فرآیند فرهنگ پذیری جامعه و آموزش رفتارهای گوناگون می نماید. وسایل ارتباط جمعی در انتقال پیام و تاثیرگذاری بر مخاطبان نقش بسزایی دارند. از تبلیغات نوینی که از رسانه پرمخاطب تلویزیون پخش می گردد، انیمیشن هایی است که در اشکال گوناگون پخش می گردد. سازمان ها از جمله شهرداری کلانشهر شیراز برای پیام رسانی از این ابزار پر قدرت سود می جویند، چرا که نظرات متنوع را به بیشترین تعداد مخاطب ارائه می دهند. برای این مهم توصیه می شود که حتی الامکان بودجه ای برای تامین هزینه ساخت تبلیغات از سوی شهرداری های کلانشهرها در نظر گرفته شود همچنین به ارائه آموزشهای همگانی در سطح وسیع تری در قالب انیمیشن به مردم صورت پذیرد. همچنین توصیه می شود که شهرداری برای کلیه خدمات خود از تبلیغات رسانه ای بهره برد. مواردی که توجه به آنها در بازخورد بهتر شهروندان در گسترش ارتباطات و تبلیغات رسانه ای شهرداری شیراز تاثیر بسزایی خواهد داشت.

کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی: شهرداری شیراز، بازخورد شهروندان، گسترش ارتباطات و تبلیغات رسانه ای، مدل توسعه یافته ExpertChoice، تحلیل AHP.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1680995>

