

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر استفاده دولت از رسانه های اجتماعی به منظور ارائه خدمات

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 9، شماره 34 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 46

نویسندگان:

سید محمدباقر جعفری - دانشیار، عضو هیئت علمی پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

علیرضا امیرکبیری - استادیار، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز، تهران، ایران

حسین امجدی - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

خلاصه مقاله:

استفاده روزافزون شهروندان از خدمات وب ۲.۰ و رسانه های اجتماعی که اکثرا هم بومی نیستند لزوم تلاش دولت برای ورود به عرصه خدمات رسانی از طریق ابزار رسانه های اجتماعی را جدی تر می نماید. در این مقاله به دنبال پاسخگویی به این سوالات هستیم که اگر دولت بخواهد برای خدمات رسانی از طریق ابزار رسانه های اجتماعی عمل نماید، اولاً چه مجموعه عوامل تاثیرگذاری وجود خواهد داشت و دوما کدام یک از این عوامل پیشران و کدام یک به عنوان عامل پیشگیر در مسیر حرکت دولت عمل خواهند نمود. برای انجام این پژوهش، از روش فراترکیب استفاده به عمل آورده شده است. برای دستیابی به تعداد مقالات مناسب بررسی، از روش ۷ مرحله ای فراترکیب سندلوسکی و باروسو استفاده شد. نهایتاً تعداد ۳۹ مقاله موردبررسی واقع شد. برای ارزیابی کیفیت ۳۹ منبع نهایی از ابزار گلین استفاده شد. تمام ۳۹ منبع نهایی توانستند نمره بالای ۷۵ درصد را کسب نمایند. بررسی این مقالات از طریق روش فراترکیب نهایتاً ما را به شناسایی ۴ عامل، مدیریتی، سازمانی، انسانی و زیرساختی رهنمون شد. هرکدام از این عوامل شامل زیرعامل هایی هستند که با توجه به ادبیات موردبررسی به عنوان پیشران و یا پیشگیر بر سر راه استفاده دولت از رسانه های اجتماعی برای خدمات رسانی، عمل می کنند. برای تعیین پاسخ به نوع تاثیر عامل (پیشران بودن و یا پیشگیر بودن) با توجه به متن پژوهش ها و همین طور محدودیت های موجود در کشور از این منظر، تصمیم گیری شد.

کلمات کلیدی:

رسانه های اجتماعی، وب ۲.۰، دولت، خدمات اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1801993>

