

عنوان مقاله:

بررسی عوامل در به کارگیری رسانه های اجتماعی با تاکید بر روابط عمومی متروی شهر تهران

محل انتشار:

فصلنامه جامعه شناسی سیاسی ایران، دوره 3، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 34

نویسندگان:

محمد عزیزیان - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران .

علی محمد مزیدی شرف آبادی (نویسنده مسئول) - استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران. (نویسنده مسئول).

حسین اسلامی - استادیار گروه مدیریت، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

این تحقیق در راستای بررسی عوامل در به کارگیری رسانه های اجتماعی با تاکید بر روابط عمومی متروی شهر تهران مورد ارزیابی قرار گرفته شده است. از آنجایی که رسانه اجتماعی جزء لاینفک سازمان ها محسوب شده و یکی از مهم ترین ابعاد در راستای کمک به فعالیت های روابط عمومی بوده و منجر به توسعه فعالیت های سازمانی می گردد. برای پاسخگویی به سوال مزبور از روش کیفی و کمی بهره برده شده است و برای بخش کیفی از مصاحبه تا رسیدن به اشباع نظری بهره برده شده و پس از شناسایی مولفه ها و شاخص های مرتبط با بخش کیفی و با استفاده از نرم افزار مکس کیو دی ای کدگذاری صورت پذیرفته است. سپس بر مبنای پرسشنامه ای که بین خبرگان توزیع شده است عوامل اثرگذار و اثرپذیر شناسایی شده اند و مشخص گردید که برای رسانه اجتماعی مولفه های اصلی ارتباطات رسانه ای و سهولت کاربری رسانه اجتماعی به عنوان عوامل اثرگذار الگوی مربوطه و اطلاع رسانی رسانه های اجتماعی به عنوان عامل اثرپذیر شناسایی شده اند و برای روابط عمومی متروی شهر تهران و در نتیجه گیری ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

رسانه اجتماعی، ارتباطات رسانه ای، توسعه ارتباطات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2077626>

