

## عنوان مقاله:

شناسایی شیوه های مدیریت محتوا در فضای مجازی با تاکید بر شبکه های اجتماعی تلفن همراه

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی نقد و واکاوی مدیریت در هزاره سوم (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

زینب روحانی شهرکی

سید مهدی شریفی - عضو هیات علمی و استادیار دانشگاه تهران

اعظم میر زمانی - عضو هیات علمی و استادیار پردیس فارابی دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

امروزه شبکه های مجازی با تاثیر گذاری متقابل در وجوه مختلف زندگی مجازی و واقعی افراد یکی از موثرترین بازیگران در شکل گیری جریانات اجتماعی هستند. این شبکه ها توانسته اند در جریان سازی های مختلف نقش اساسی ایفا کنند و در عمل به بخشی از زندگی کاربران تبدیل شوند. بنابراین تولید محتوا در این فضا بسیار با اهمیت است زیرا در دنیای امروز کسی موفق به مدیریت این فضا خواهد بود که تولید محتوای بیشتر و جذاب تری داشته باشد. حال با توجه به موارد مطرح شده برای تولید و توزیع محتوا در کشور ضمن تولید محتوایی جذاب و متکثر، محتوای تولید شده به نحو موثرتری در اختیار مردم قرار گیرد که با بهره گیری از این مهم به نحوی از آسیب های توزیع محتوای نامناسب در شبکه های اجتماعی کاسته شده و منجر به هدایت حفظ و ارتقای هویت فرهنگی و دینی گردد. این پژوهش بر آن است مروری بر ادبیات فضای مجازی، شبکه های اجتماعی، مدیریت محتوا و سیاستگذاری در این حوزه داشته باشد. در ابتدا از طریق مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه با نخبگان و صاحب نظران ونقطه نظرات ایشان در خصوص سوالات مطرح شده استخراج شد و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، روشهای مدیریت محتوا در فضای مجازی با تاکید بر اپلیکیشن های موبایل شناسایی شدند و در انتها راهکارهایی در خصوص سیاستگذاری در این حوزه به سیاستگذاران و قانونگذاران کشور پیشنهاد داده شد.

## کلمات کلیدی:

فضای مجازی، شبکه های اجتماعی، تولید محتوا، مدیریت محتوا، سیاستگذاری رسانه ای

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/974186>

