

تبیین الگوهای پاسخگویی اجتماعی در رسانه‌های داخلی با رویکرد توسعه عملکرد داخلی

سید فخرالدین طاهرزاده موسویان^۱، دکتر علیرضا ابراهیمی^{۲*}

۱- دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

۲- عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) - (نویسنده مسئول)

چکیده

شکل گیری قراردادهای اجتماعی در چهره‌های رسمی و غیر رسمی، نشانه‌ای از تلاش افراد یک جامعه برای قرار دادن جامعه مدنی در مسیر توسعه می‌باشد. پس از تحلیل تحقیقات انجام شده در راستای ابعاد سنجش پاسخگویی اجتماعی (رفع ابهامات، مشارکت، ارزشیابی، ارتباطات مناسب و اجرای خدمات) به عنوان فاکتورهای مشخص شده در راستای بهینه سازی مسیر توسعه شناسایی شده و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. هدف از این تحقیق تبیین چارچوب مناسب در رابطه با پاسخگویی اجتماعی در رسانه‌های داخلی ایران مبتنی بر روش توسعه‌ی بازار داخلی است. چرا که با بهینه سازی چارچوب پاسخگویی و اصلاح اشتباهات موجود می‌توان، سیستم سازماندهی شده تری برای پاسخگویی داشت.

واژگان کلیدی: پاسخگویی اجتماعی، رویکرد توسعه بازار، رسانه‌های داخلی