



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

نقش ارتباطات داخلی افسر اجرایی ارشد: کانال های  
ارتباطی، سبک و اثربخشی

عنوان انگلیسی مقاله :

The internal communication role of the chief executive  
officer: Communication channels, style, and effectiveness



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل  
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



## بخشی از ترجمه مقاله

### 6. Conclusion

The findings of the current study provide important implications for public relations scholars and professionals. First, theoretically, by demonstrating the effects of CEO communication on the quality of employee-organization relationships, this study adds to the growing body of literature on leadership communication and proves the notion of previous scholars (Grunig et al., 2002; Men, 2014b; Men and Stacks, 2014) that strategic leadership and management behavior should be considered as the characteristics of excellent public relations. Second, with a particular emphasis on the role of CEOs in internal communication, the present study implies that different levels of organizational leadership (i.e., CEO/top management, middle-management, and frontline managers) may influence internal communication practices and effectiveness in various degrees. Thus, future theorists should segment leaders based on such levels to examine their specific communication roles. Third, the study examined CEOs' use of communication channels in the social media era and demonstrated the associations between CEO social media presence and perceived CEO communication quality, responsiveness as well as employee-organization relationship outcomes. Moreover, this study extends the literature on relationship management by suggesting CEO communication style and quality as antecedents of employee-organization relationship management. Centered on CEO communication, the findings provide new empirical evidence for the effectiveness of the interpersonal approach of organization-public relationship management (Toth, 2000).

### 6. نتیجه گیری

یافته های مطالعه ی کنونی نتایج مهمی برای پژوهشگران و متخصصان روابط عمومی فراهم می کند. اولاً، به صورت نظری با نشان دادن اثرات ارتباطات CEO بر کیفیت روابط کارمن-سازمان، این مطالعه به بدنه ی درحال رشد ادبیات در مورد ارتباطات رهبر افزوده و انگاره ی پژوهشگران قبلی را ثابت می کند که گفته بودند رفتار استراتژیک رهبری و مدیریت باید به عنوان ویژگی های روابط عمومی عالی در نظر گرفته شوند. دوماً، با یک تاکید ویژه بر نقش CEOها در ارتباطات داخلی، مطالعه ی کنونی نشان می دهد که سطوح مختلف از رهبری سازمان (CEO/مدیریت ارشد، مدیریت میانی، و مدیران خط) ممکن است بر روش های ارتباطی داخلی و اثر بخشی به نسبت های مختلف اثر بگذارند. لذا، نظریه پردازان آینده باید رهبران را براساس این سطوح تقسیم بندی کنند تا نقش های ارتباطی ویژه ی آنها را بررسی کنند. سوماً این مطالعه استفاده از کانال های ارتباطی توسط CEOها را در عصر رسانه های اجتماعی ارزیابی می کند و نشان می دهد که بین حضور CEO در رسانه های اجتماعی و کیفیت ادراک شده ی ارتباطات CEO، پاسخگویی و خروجی های رابطه ی کارمند-سازمان ارتباط وجود دارد. علاوه بر این، این مطالعه ادبیات تحقیق در مورد مدیریت رابطه را بسط می دهد، با پیشنهاد دادن سبک و کیفیت ارتباطات CEO به عنوان پیش نیازهای مدیریت رابطه ی کارمند-سازمان. براساس ارتباطات CEO، یافته ها مدارک تجربی جدید برای اثربخشی رویکرد میان فردی مدیریت رابطه ی سازمان-عموم فراهم می کند.

### توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.

