



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

روابط عمومی و حوزه های مشارکت: تجارب زندگی کارکنان  
و ماهیت بنیادین مشارکت کارکنان

عنوان انگلیسی مقاله :

Public relations and zones of engagement:  
Employees' lived experiences and the fundamental  
nature of employee engagement



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

This study offers insight into the actual lived experiences of employees and their experience with employee engagement in the workplace. In capturing employee experiences from a non-functional manner or non-binary perspective of just employee and management, this study provides perspectives and insights into the employee engagement experience that help refine understanding of public relations internal communication scholarship and established employee engagement theories, models, tenets and concepts. Specifically, the zones of engagement provide an opportunity to re-conceptualize employee engagement from a public relations scholarship lens to better explicate how meaning is created from shared experiences. This zones of engagement scholarship also illustrates how people, in this case employees, are separated from reality by shared terministic screens related to engagement among other perceptions and behaviors “by an instrument of our making that is fraught with recurring patterns of association/disassociation, the negative, and entelechy” (Heath, 1986). In a sense through employee discussions, zones of meaning are confirmed rather than challenged as products of engagement. In the same manner, zones of engagement reflect not static, literal interpretations of employees’ experiences but rather the various rhetorical positions of seeking adherents. The zones of engagement orientation further solidifies public relations turf in employee and other internal communication responsibilities.

### ۶. نتیجه گیری

این مطالعه دیدگاهی را درباره تجربیات کارمندان و تجربه آن‌ها با مشارکت کارمندان در محل کار ارائه می‌کند. در بررسی تجربیات کارمندان از نظر غیر کارکردی یا دیدگاه غیر باینری کارمندان و مدیریت، این مطالعه دیدگاه‌ها و بینش‌هایی را در ارتباط با تجربه مشارکت کارکنان فراهم می‌کند که به اصلاح درک تحقیقات روابط داخلی روابط عمومی کمک می‌کند و نظریه‌ها، مدل‌ها، فرضیه‌ها و مفاهیم مربوط به مشارکت کارکنان را ایجاد کرده است. به ویژه، حوزه‌های مشارکت فرصتی را برای مفهومی سازی مشارکت کارکنان از دیدگاه تحقیقات روابط عمومی برای توضیح بهتر نحوه ایجاد معنا از تجربیات مشترک ارائه می‌کند. همچنین این حوزه‌های تحقیق در زمینه مشارکت نشان می‌دهند که چگونه افراد در ارتباط با کارکنان از واقعیتی تفکیک می‌شوند که غربالگری واژه‌ای مرتبط با مشارکت در بین ادراک و رفتارهای دیگر به اشتراک گذاشته شده‌اند. از نظر بحث‌های مربوط به کارکنان، حوزه‌های معنا به عنوان محصولات مشارکت تایید شده‌اند. به صورتی مشابه، حوزه‌های مشارکت تفسیرهای غیر ایستا و لفظی تجربیات کارمندان را منعکس می‌کنند و متمایز از جایگاه‌های مختلف لفظی در بین طرفداران است. حوزه‌های جهت‌گیری مشارکت سبب استحکام بیشتر روابط عمومی در کارکنان و دیگر مسئولیت‌های ارتباط داخلی می‌شوند.



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.