

عنوان مقاله:

انتخاب روش شناسی در مدیریت سازمان های رسانه ای

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، دوره 17، شماره 63 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

عبدالعلی علی عسگری - دکترای مهندسی صنایع، استادیار دانشکده صداوسیما، معاون توسعه و فناوری رسانه سازمان صداوسیما

آسیه زارعی - کارشناس ارشد مدیریت رسانه

خلاصه مقاله:

متخصصان ارتباطات، سازمان رسانه را بسیار پیچیده می دانند. مولفه های متعدد اجتماعی و فرهنگی موثر بر فعالیت رسانه ای و پیچیدگی مسائل انسانی، ابهام را در تولید و عرضه محصولات رسانه ها بالا می برند و مدیریت را با مخاطرات زیادی مواجه می کنند. انتخاب تجربی یا سلیقه ای روش مدیریت نیز گاه باعث می شود روش های مورد استفاده، با وجود صرف هزینه های کلان، موفقیت چندانی به همراه نداشته باشند و حتی در برخی موارد نتیجه عکس بدهند. بنابراین تحقیق حاضر با هدف شناسایی و معرفی دیدگاه و روشی مناسب در مدیریت رسانه که این پیچیدگی ها و ابهامات را در نظر بگیرد و رشد سازمان را موجب شود، صورت گرفته است. نویسندگان در این مقاله، با طبقه بندی ویژگی های سازمان رسانه و استنتاج نیازهای مدیریتی آن و بررسی میزان انطباق این نیازها، با قابلیت های چند روش معروف سیستمی، در نهایت روش شناسی سیستم های نرم یا «اس. اس. ام» را به عنوان روشی که تناسب بیشتری با فضای سازمان رسانه دارد و نیازهای آن را برآورده می سازد پیشنهاد کرده اند.

کلمات کلیدی:

روش شناسی، روش های سیستمی، سازمان رسانه، سازمان های پیچیده، مدیریت رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1387844>

