

عنوان مقاله:

رابطه یادگیری سازمانی با مدیریت زمان در سازمان های رسانه ای؛ مطالعه ای در خبرگزاری مهر

محل انتشار:

فصلنامه رسانه، دوره 24، شماره 4 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مهذخت بروجردی علوی - استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

مهدی قمصریان - کارشناس ارشد مدیریت رسانه دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

تعمیم مفهوم یادگیری به سطح سازمانی ما را به مفهوم یادگیری سازمانی و سازمان های یادگیرنده هدایت می کند. سازمان های یادگیرنده سازمان هایی هستند که در آن ها افراد به طور مداوم توانایی های خود را بیشتر می کنند تا بهمنظر متعالی مدنظر سازمان برسند. بنابراین سازمان یادگیرنده محل جریان یافتن یادگیری سازمانی است. سازمان های رسانه ای نیز برای بقا و بالندگی می بایست به رسانه های یادگیرنده تبدیل شوند وگرنه ازشانس زیادی برای حضور و ماندگاری در محیط پرقابته رسانه ای برخوردار نخواهند بود. بنابراینسازمان های رسانه ای می بایست با بهره گیری اثربخش از کلیه منابع محدود و کمیاب اعم از نیروی انسانی وسایر سرمایه های مادی و معنوی خود برای بقای خود تلاش کنند. در این بین شاید بتوان از زمان چون یکمنبع با ارزش و دست نیافتنی برای رسانه ها یاد کرد. این تحقیق با هدف بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و هریک از مولفه های مدیریت زمان در خبرگزاریمهر به روش پیمایش انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را تمامی کارکنان خبرگزاری مهر تشکیل می دهند. به منظور جمع آوری داده های خام و تجزیه و تحلیل آن ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که فرضیه های ناظر بر ارتباط یادگیری سازمانی با ابعاد هدف گذاری، اولویت بندی اهداف و فعالیت ها و برنامه ریزی عملیاتی تایید و فرضیه های ناظر بر ارتباط یادگیری سازمانی با ابعاد تفویض اختیار، مدیریت ارتباطات و مدیریت جلسات رد شدند. همچنین فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر رابطه معنی دار بین یادگیری سازمانی و مدیریت زمان مورد تایید قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

یادگیری سازمانی، مدیریت زمان، خبرگزاری مهر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/793205>

