

ارائه الگوی شایستگی مدیران کارآفرین رسانه‌های دولتی ایران^۱

سعید قنبری^۲؛ ریحانه مفیدی^۳؛ محمدحسین ترکمان رحمانی^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۰/۷/۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۸

چکیده

این پژوهش با درک اهمیت نقش مدیران شایسته در بهره‌وری سازمان‌های رسانه‌ای دولتی در ایران و عطف به چالش‌های جدی این سازمان‌ها نظیر کمبود منابع مالی، کمبود خلاقیت و نوآوری، هدف خود را ارائه الگوی شایستگی مدیران کارآفرین رسانه‌های دولتی ایران قرار داده و با رویکردی اکتشافی و به روش تحلیل محتوای کیفی عرفی انجام شده است. برای دستیابی به هدف پژوهش، نتایج ۲۹ مقاله مرتبط با موضوع پژوهش به همراه مصاحبه مکتوب خبرگانی تحلیل شد. خبرگان مورد مصاحبه به شیوه نمونه‌گیری هدفمند و با در نظر گرفتن قاعده اشباع نظری به عنوان حد کفایت نمونه‌گیری انتخاب شدند و تحلیل داده‌ها با استفاده از کدگذاری باز و محوری انجام شد. تحلیل داده در قالب سه دسته شایستگی شغلی، سازمانی و فردی تقسیم‌بندی شد. یافته‌های پژوهش در ذیل شایستگی‌های شغلی، مهارت مدیریت و رهبری و آگاهی شغلی ذکر شده است. همچنین در ذیل بخش شایستگی‌های سازمانی، توجه به فرهنگ و رفتار سازمانی، مدیریت راهبردی و برخورداری از دانش مدیریت منابع ذکر شده‌اند. شایستگی‌های فردی ذکرشده در این پژوهش نیز شامل هوشمندی مدیریتی، مهارت‌های ارتباطاتی، ارزش‌مداری و شخصیت کارآفرینانه هستند.

یافته‌های این پژوهش می‌تواند هم در انتصاب مدیران کارآفرین رسانه‌های دولتی در ایران و هم در توسعه ادبیات نظری مرتبط با کارآفرینی رسانه‌ای در سطح فردی کمک‌کننده باشد.

واژه‌های کلیدی

الگوی شایستگی، مدیران رسانه‌ای، مدیران کارآفرین، رسانه‌های دولتی، تحلیل محتوای کیفی.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران. s.ghanbary@ut.ac.ir

۳. کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، گروه مدیریت رسانه، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی (ره)، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) reymofid@gmail.com

۴. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران m.torkamanrahmani@gmail.com