

چارلز وارنر
بررسی
مدیریت رسانه

ترجمه پیام زین العابدینی

www.ketaboo.ir



انتشارات تیس

بسم الله الرحمن الرحيم
 هست کلید در گنج حکیم

عنوان و نام پدیدآور	:	پرسی مدیریت رسانه / نویسنده [صحیح: ویراستار]: چارلز وارنر؛ مترجم: پیام زین العابدینی.
مشخصات نشر	:	تهران: تیسرا، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	:	۳۰۳ ص؛ جدول، نمونه‌ار؛ ۳۱×۱۴/۵.
فروست	:	مدیریت؛ ۱۹.
فروست	:	جامعه‌شناسی؛ ۵.
شابک	:	۲۱۰۰۰۰ ریال؛ 978-600-7683-21-7
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Media management review, 1997.
یادداشت	:	کتابنامه
موضوع	:	رسانه‌های گروهی - مدیریت
شناسه افزوده	:	وارنر، چارلز
شناسه افزوده	:	Warner, Charles
شناسه افزوده	:	زین العابدینی، پیام، ۱۳۵۰ - ، مترجم
رده‌بندی کنگره	:	۱۳۹۳ ۴ ب ۴ م / ۹۶ P
رده‌بندی دیویی	:	۳۰۲/۲۳۰۶۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۳۶۴۳۹۹۴

بررسی مدیریت رسانه

نویسنده: چارلز وارنر؛ ترجمه پیام زین العابدینی

مدیر تولید: سبیه سیاه‌بشت

چاپ یکم: بهار ۱۳۹۴

شماره نشر: ۱۷۹

ویراستار: مژگان فرجی

صفحه‌آرایی: سپیده امری

لیتوگرافی: البرز نوین، چاپ: عطاء، صحافی: ساعر مهر

ناظر فنی چاپ: علی کاتب

تعداد: ۱۳۰۰ نسخه

قیمت: ۲۱۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۸۳-۲۱-۷

همه حقوق چاپ و نشر این اثر طبق قرارداد محفوظ است.

این اثر تحت پوشش قانون حمایت از مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

استفاده از مطالب با ذکر منبع بدون اشکال است.

انتشارات تِسا

تهران، بهارستان، ظهیرالاسلام، کوچه دیلمان، شماره ۶، واحد ۳.

تلفن: ۳۳۹۹۹۴۷۰، ۳۳۹۹۹۴۲۳، iteesa@mail.com

وبسایت: www.teesa.ir

۱۳	مقدمه
۱۵	فصل یکم: بررسی موردی: جنگ‌های بالگردی کاری از چارلز وارنر دانشگاه میسوری
۱۶	جنگ‌های بالگردی
۱۹	نظرات افراد فعال در این صنعت پیرامون پرونده «مبارزات بالگردی»
۲۷	فصل دوم: واکنش شمار (تیراژ) روزنامه به تغییرات اقتصاد محلی اف. دنیس هیل دانشگاه دولتی بولینگ گرین
۲۸	یافته‌ها
۳۱	نتیجه‌گیری
۳۵	فصل سوم: بررسی پتانسیل یک روزنامه کاملاً الکترونیکی برای بازار جوانان گلن تی. کامرون، بری ای. هولاندر، گل جی. نوواک، اسکات ای. شیب دانشگاه جورجیا، آتن
۳۶	مقدمه
۳۸	روزنامه‌های الکترونیکی و جوانان
۳۹	مدل‌های تجاری روزنامه الکترونیک
۳۹	مدل مشترک اخبار
۴۰	مدل بلوغ‌گرایی
۴۰	مدل مشترک چندگانه

۴۱	مدل کارایی اقتصادی
۴۲	سؤالات تحقیق
۴۳	روش
۴۴	نتایج
۴۴	شرکت کنندگان
۴۴	استفاده کاربران از رسانه و رایانه
۴۵	ارزیابی پروتوپیر
۴۶	عوامل مربوط به ارزیابی دانشجو از تجربه کردن پروتوپیر
۴۷	ارزیابی های جهانی و نظرات کلی
۴۸	بحث و بررسی
۴۸	قابلیت اجرایی مدل های تجاری
۵۰	ملاحظات بازار
۵۳	بهبود روزنامه های الکترونیک
۵۴	نتیجه گیری

فصل چهارم: عوامل ساختاری سهم در رتبه بندی تلویزیونی: وابستگی شبکه، باند پخش،

۵۹	نفوذ کابلی، و اشباع بازار
	راجر کوپر دانشگاه تگزاس کریستین
۶۰	وابستگی شبکه و باند پخش
۶۳	اشباع بازار و نفوذ شبکه
۶۶	نتایج
۶۸	مقایسه رتبه بندی ها
۶۹	پیش بینی کننده های سهم کانال
۷۰	بحث و بررسی
۷۰	وابستگی به شبکه و باند پخش
۷۱	اشباع بازار و نفوذ کابلی

فصل پنجم: آزار جنسی و مسئولیت نیابتی سازمان های رسانه ایی متیو دی. بانکر دانشگاه آلاباما

۷۶	مقدمه
۷۸	تعریف آزار و اذیت جنسی
۸۱	مسئولیت نیابتی

آزار و اذیت جنسی در سازمان‌های رسانه‌ای.....	۸۹
مبارزه با مسئولیت نیابتی.....	۹۴
نتیجه‌گیری.....	۹۷
فصل ششم: مدلی پیش‌گستر برای حل مشکلات اخلاقی.....	
وال ای. لیمبرگ Val E. Limburg دانشگاه ایالتی واشنگتن	۹۹
بررسی موردی: ممنوعیت بالقوه تبلیغ الکل در رسانه‌های عمومی.....	۱۰۱
مباحث در زمینه محدود کردن تبلیغ الکل.....	۱۰۱
مجادلات و بحث‌ها برای ادامه پخش تبلیغات الکل از رسانه‌ها.....	۱۰۲
خصوصیات و ویژگی‌های سیاست‌های مدیریت پیش‌گستر در ترکیب با اخلاقیات.....	۱۰۶
بررسی باطن ارزش‌های شخصی.....	۱۰۶
پیش‌بینی مشکلات اخلاقی.....	۱۰۷
توانایی اجرای فعال.....	۱۰۸
فرمول‌سازی از طریق مشارکت دموکراتیک.....	۱۰۹
مشخص کردن عملکردهای مبهم از طریق مراجعه به ارزش‌ها.....	۱۱۰
مشکل قدرت اختیار در اخلاقیات.....	۱۱۱
خلاصه مطلب.....	۱۱۳
اعلانات.....	۱۱۳
فصل هفتم: ادغامات کوتاه‌مدت در رسانه‌های جمعی: دلیل موثق و ناموثق.....	
پاتریشیا تی. والن؛ بری آر. لیمن دانشگاه ایالتی میشیگان	۱۱۷
باروری سریع ادغام رسانه‌ای.....	۱۱۸
ادغام‌های رسانه‌ای شکست‌خورده.....	۱۱۹
حوزه تحقیق.....	۱۲۰
سوالات تحقیق.....	۱۲۱
تعاریف.....	۱۲۲
تحقیق قدیمی و یک محیط جدید.....	۱۲۳
چرا شرکت‌های رسانه‌ای به ادغام تمایل دارند؟.....	۱۲۴
ادغامات فعلی در برابر ادغامات گذشته.....	۱۲۵
پنج ادغام رسانه‌ای ناموفق.....	۱۲۷
بل آنالیتیک / تی. سی. آی.....	۱۲۷

۱۲۸.....	ساوت وسترن بل / شرکت های کاکس
۱۳۰.....	کانتل / COMSAT
۱۳۲.....	کیو.وی.سی / سی.بی.اس
۱۳۳.....	شرکت پخش ترنر / ان.بی.سی
۱۳۵.....	مروری بر تحقیقات: فاکتورهایی که ممکن است بر موفقیت یک ادغام تأثیر بگذارند
۱۳۵.....	نوع ادغام
۱۳۶.....	ارتباط
۱۳۸.....	اندازه شرکت ها
۱۳۹.....	واکنش بازارهای اصلی به ادغام
۱۴۲.....	انطباق فرهنگی
۱۴۵.....	روش ها
۱۴۸.....	بررسی نتایج
۱۵۱.....	فاکتورها در فروپاشی یک ادغام
۱۵۲.....	نتیجه گیری
۱۵۳.....	تحقیقات بیشتر
۱۵۴.....	تأثیرات ادغام های شکست خورده بر صنعت
۱۵۹.....	فصل هشتم: آیا باید قربانیان تجاوز را در اخبار معرفی کرد؟
۱۶۲.....	ورجینیا وایت هاوس، کالج ویت ورث سیریل کوپر، دانشگاه آلاباما - توسکالوسا
۱۶۶.....	اجازه انتشار
۱۷۰.....	توجیهات اخلاقی
۱۷۱.....	سوالات پیش از انتشار
۱۷۱.....	آیا قربانی در خطر است؟
۱۷۱.....	ارزش اجتماعی افشای هویت قربانیان تجاوز در چیست؟
۱۷۲.....	انتظارات جامعه چیست؟
۱۷۴.....	آسیب پذیری یک قربانی به طور خاص و خودداری او از تعقیب قانونی و شکایت
۱۷۷.....	نتیجه گیری
۱۸۱.....	فصل نهم: بی توجهی به قانون تهمت و توهین تا چه حد برای سازمان شما هزینه برادر است؟
۱۸۲.....	لری جی. بورکام دانشگاه اوانسویل، ایندیانا
۱۸۲.....	پیشینه حقوقی

۱۸۴.....	بررسی
۱۸۵.....	نتایج
۱۸۷.....	شکاف‌ها در آگاهی و دانش
۱۸۸.....	چه کسی می‌تواند شکایت کند؟
۱۸۹.....	شما مسئول چه مواردی هستید؟
۱۸۹.....	نتیجه‌گیری
۱۹۴.....	پیشنهادها
۱۹۹.....	فصل دهم: مشکل در سیستم تحویل: مشکلات مربوط به شمار (تیراز) سنت لوئیس سان
	جیمز ای. میولر دانشگاه تگزاس در آستین
۲۰۰.....	مقدمه: چرا باید سان را بخوانیم؟
۲۰۲.....	پس زمینه
۲۰۵.....	مشکلات شمار و جمع‌آوری مربوط به سان
۲۱۳.....	خلاصه مطلب
	فصل یازدهم: برنده نارضایتی از پخش: توقیف پخش «NYPD Blue» میان ریسک اقتصادی و واکنش مخاطب نسبت به نظارت ورودی
۲۱۹.....	لاری کلت؛ جیمز دی. کلی دانشگاه کاربوندال ایلی نوبز جنوبی
۲۲۱.....	پیشینه تحقیق
۲۲۱.....	رابطه برنامه‌ریزی شبکه و نهاد وابسته مسئول در میان خطر
۲۲۵.....	تصمیم برنامه‌سازی محلی به عنوان Gatekeeping
۲۲۸.....	هدف
۲۲۹.....	روش تحقیق
۲۳۰.....	سنجش
۲۳۳.....	نتایج
۲۳۳.....	پرو فایل پاسخ‌دهندگان
۲۳۳.....	نتایج تحمل نظارت
۲۳۴.....	رابطه دیدگاه‌ها با GTI
۲۳۸.....	نتیجه‌گیری
۲۴۳.....	ضمیمه

فصل دوازدهم: معبری به اوج (رسیدن به مقام ارشد): چطور روزنامه‌های زنجیره‌ای	
برجسته ناشران را آموزش و توسعه (ترویج/ ترفیع) می‌دهند؟.....	۲۴۹
مارتا. ان. متیو، سیاتل دانشگاه واشنگتن	
پیشینه تحقیق.....	۲۵۰
ناشران چه کسانی هستند؟.....	۲۵۳
تبلیغات بهترین مسیر به سمت موفقیت.....	۲۵۴
آیا ناشران با پیشینه خبری، در حال افول هستند؟.....	۲۵۷
تحقیقات آینده.....	۲۵۸
فصل سیزدهم: پرداخت حقوق فروشنده‌های رسانه: پیشنهادها.....	۲۶۱
چارلز وارنر دانشگاه میسوری، کلمبیا	
اهداف سیستم پرداخت حقوق.....	۲۶۲
راهکارهای داشتن سیستم پرداختی و پاداش عالی.....	۲۶۳
مشکلات اصلی سیستم‌های حقوق (پاداش و پرداختی).....	۲۶۴
تعریف عملکرد فروش.....	۲۶۴
کمیسیون (کارمزد) مستقیم یا فقط کمیسیون.....	۲۶۵
صورت حساب در مقابل وصول.....	۲۶۵
برات (چک) در قبال تضمین (وثیقه).....	۲۶۶
کارمزد صرفاً بهترین سیستم نیست.....	۲۶۸
شیوه‌های سیستم صرفاً کارمزد (فقط کمیسیون).....	۲۷۰
حقوق به علاوه پاداش بر اساس سهمیه‌بندی یا کسب بودجه.....	۲۷۳
سیستم حقوق به علاوه کمیسیون.....	۲۷۵
ادغام (ترکیب) حقوق به علاوه پاداش.....	۲۷۵
پیاده‌سازی سیستم تسهیلات اشتراکی.....	۲۷۶
بهترین حالت: ترکیبی از تمام سیستم‌ها.....	۲۷۹
اجرا و پیاده‌سازی ترکیبی از سیستم‌ها.....	۲۸۰
سیستم حقوق به علاوه سود سرمایه‌گذاری مشترک شناور.....	۲۸۲
هشدار در مورد اجرا و پیاده‌سازی یک سیستم جدید.....	۲۸۳
سیستم‌های محرمانه در مقابل سیستم‌های باز.....	۲۸۳
پاداش بر اساس بودجه‌ها یا اهداف عایدی بیشتر از حد مجاز.....	۲۸۵
موارد احتیاطی.....	۲۸۶
انعطاف‌پذیری حیاتی است.....	۲۸۶

۲۸۷	واقعیت‌های جدید
۲۸۷	خلاصه مطلب
۲۹۱	فصل چهاردهم: حوزه جست‌وجو برای محققان مدیریت رسانه
	داگلاس فرگوسن دانشگاه بولین گرین استیت، بولین گرین
۲۹۲	شباهت (مقایسه) وسایل ارتباطی
۲۹۴	تأکید اندک بر مدیریت رسانه
۲۹۶	دلایل تفاوت صنایع رسانه
۲۹۸	تحقیقات آینده

مقدمه

رشد و گسترش رسانه‌ها در دهه ۹۰ میلادی در جهان سبب پیدایش و شکوفایی رشته‌هایی شد که بتواند بسیاری از نیازمندی‌های جامعه امروزی را تأمین کنند. مدیریت رسانه یکی از همین رشته‌های نوپا و بین‌رشته‌ای است که از علوم دیگر از جمله ارتباطات، مدیریت، کامپیوتر، اقتصاد و هنر بهره می‌گیرد و هدف آن تأمین خواسته‌های مردمان امروزی است؛ مردمانی که در جامعه جهانی، متأثر از پدیده‌های اجتماعی، فرهنگ‌ها، امیال و آمال بیگانگان و خود، در تلاشند تا زندگی سالمی بسازند. به همین علت است که روز به روز بر اهمیت این رشته افزوده شده و ویژگی‌های آن نمایان می‌شود.

بیش از دو دهه از آغاز و گسترش رشته مدیریت رسانه در ایران نمی‌گذرد، ولی به‌رغم این زمان کوتاه، نیاز به پیشرفت و توسعه این رشته در وطن به‌خوبی و به‌درستی درک شده است. تلاش اساتید محترم در این زمینه ستودنی است اما این رشته با کمبود منابع علمی مواجه است. این کتاب سعی دارد سهمی هرچند ناچیز در رفع این مشکل داشته باشد و در بی نقص بودن برگردان متن اصلی به زبان پارسی هیچ ادعایی ندارد.

پیام زین العابدینی