

## کتاب برنامه‌ریزی استراتژیک در مطبوعات ایران روانه بازار شد



کتاب "برنامه‌ریزی استراتژیک در مطبوعات ایران" براساس تجربه عملیاتی برنامه‌ریزی استراتژیک در روزنامه فناوریان اطلاعات به عنوان کتابی کاربردی در حوزه مطبوعات به نویسندگی علیرضا حسین‌آبادی توسط انتشارات دیباگران روانه بازار شد. کتاب "برنامه‌ریزی استراتژیک در مطبوعات ایران"، چشم‌سپهر بین و مَرکب‌بین مدیران مطبوعات را تقویت می‌کند تا افق و زوایای مختلف و مَرکب محیط سازمان‌شان را بهتر ببینند و بشناسند. زیرا محیط متلاطم و پر از نوسان، یکی از دلایل اصلی برای داشتن تفکر و اتخاذ دیدگاه استراتژیک در مطبوعات ایران است. شایستگی و موفقیت مدیران رسانه‌ای افزون بر تجربه خبرنگاری یا روزنامه‌نگاری در نکته‌ای بسیار با اهمیت نهفته است و آن، داشتن دانش مدیریت و رهبری سازمان یا بنگاه رسانه‌ای است. مهم‌ترین چالش تردید برانگیز در توان مدیریت مدیران سازمان‌های رسانه‌ای و به‌طور ویژه‌تر سازمان مطبوعاتی در ایران، تفکیک نکردن یا نبود درک درست از روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری است. نبود نگاه برنامه‌ای و ضعف مدیران سازمان‌های مطبوعاتی در تدوین و طراحی نظام‌های برنامه‌ای، بسیاری از مطبوعات کشور را به تعطیلی کشانده یا با خطر توقف فعالیت روبه‌رو کرده است. در این میان برنامه‌ریزی استراتژیک به دلیل توجهی که به بررسی عوامل محیطی دارد، در شرایط ناپایدار سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از مهم‌ترین انواع برنامه‌ریزی‌ها است که طولانی‌تر شدن چرخه زیست مطبوعات ایران را موجب می‌شود. خوانندگان به ویژه مدیران سازمان‌های مطبوعاتی می‌توانند با خواندن این کتاب در شش فصل، با فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک برای یک روزنامه یا هر نوع نشریه با روشی ساده آشنا شوند. نویسنده این کتاب افزون بر این که دانش آموخته مدیریت است دارای سال‌ها تجربه روزنامه‌نگاری است.