

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت

معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری و سیاسی

سازمان صدا و سیما

دکتر اکبر نصراللهی*

چکیده

در سازمان‌های مختلف، به‌خصوص سازمان‌های رسانه‌ای، «مدیریت» وظایف متعددی بر عهده دارد که «نظارت» یکی از مهم‌ترین آنهاست. در این سازمان‌ها، قاعدتاً چشم‌انداز و استراتژی و اهداف تدوین می‌شوند، و زمان‌بندی و هزینه‌ها و ابزارهای رسیدن به آنها، در برنامه‌ریزی‌های دقیق و علمی تبلور می‌یابند. با این حال، چگونه می‌توان اطمینان داشت که فعالیت‌ها، آن‌گونه که برنامه‌ریزی شده‌اند، و هدف‌ها، آن‌طور که مدیران می‌خواهند، محقق می‌شوند؟

این مهم بدون اعمال نظارت دقیق و مستمر و علمی، ممکن نیست؛ به همین دلیل، نظارت به عنوان آخرین حلقه وظایف مدیریتی، بسیار مهم است و نحوه اعمال آن می‌تواند همه وظایف مدیر را متأثر از خود کند. در این مقال، «چیستی نظارت»، «تفاوتش در سازمان‌های رسانه‌ای و غیررسانه‌ای»، «نظارت در اخبار و برنامه‌های سیاسی»، «تفاوت‌ها و شباهت‌های نظارت و ارزیابی» و «شاخص‌ها و مدل‌های نظارت و ارزیابی» بررسی می‌شود.

واژه‌های کلیدی: نظارت، ارزیابی، شاخص‌های نظارتی، سازمان‌های رسانه‌ای، خبر، رادیو، تلویزیون

مقدمه

همان‌طور که شاخص‌ها و معیارهای نظارت، در سازمان‌های غیررسانه‌ای با همدیگر تفاوت دارند، در رسانه‌های مختلف از جمله رادیو و تلویزیون نیز این تفاوت وجود دارد، به طوری که در درون هر کدام از این رسانه‌ها هم گاهی متناسب با ذات و هویت هر بخش، گوناگونی شاخص‌ها ملموس است. به همین دلیل است که باید نظارت و شاخص‌های آن در اخبار و برنامه‌های سیاسی، با سایر برنامه‌های تولیدی رادیو و تلویزیونی متفاوت باشد؛ البته باید این نکته را هم از نظر دور نداشت که صرف‌نظر از نوع سازمان (رسانه‌ای و غیررسانه‌ای) و نوع رسانه و بخش‌های مختلفش، تقریباً تعاریف و انواع و فرایندها و فواید نظارت در همه سازمان‌ها یکسان است.

قبل از تشریح شاخص‌های نظارت در اخبار و برنامه‌های سیاسی و ارائه مدل جامع نظارت در سازمان‌های خبری، لازم است «چیستی نظارت»، «اهداف نظارت»، «ویژگی‌های نظارت»، «فرایند نظارت»، «مراحل و فواید نظارت» و «تمایزات و تشابه‌های نظارت و ارزیابی تبیین و تشریح شود.

چیستی نظارت

در نظارت، میزان انحراف احتمالی عملکرد از برنامه‌های آن سازمان بررسی، و تلاش می‌شود فعالیت‌ها دقیقاً با اهداف برنامه منطبق باشند. "برنامه‌ریزی و نظارت کردن، جدایی ناپذیرند؛ آنها را همزادهای مدیریت می‌خوانند. کنش برنامه‌ریزی نشده را نمی‌توان نظارت کرد؛ زیرا نظارت کردن به معنی پابرجا نگهداشتن فعالیت‌ها در جهت درست، از راه تصحیح کردن کج روی‌هایی است که در برنامه‌ها روی داده است. اگر برنامه نباشد، هرگونه کوشش برای نظارت کردن بی‌معنی است؛ زیرا برای اشخاص راهنمایی وجود ندارد که بدانند به همان سویی که می‌خواهند بروند، گام برمی‌دارند (این، پیامد کار نظارت کردن است)، مگر آنکه از پیش آگاه باشند که به کجا می‌خواهند بروند (این، جزئی از کار برنامه‌ریزی است). از این رو برنامه‌ریزی معیارهای نظارت را فراهم می‌آورد (کونتر و دیگران، ۱۳۸۱: ۱۶۶).

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۳

الف. تعاریف

۱. تعریف لغوی «نظارت»

«نظارت» از ریشه «نَظَرَ» آمده است. فرهنگ عربی «المنجد»، در مورد این واژه چنین توضیح داده است: «نَظَرَ، نَظَرًا فِي الْأَمْرِ: تَدَبَّرَهُ وَفَكَّرَ فِيهِ، يَقْدَرُهُ وَ يَقْبِسُهُ» (در امر نظر کرد: یعنی در آن تدبیر و تفکر کرد؛ آن را اندازه می‌گیرد و مقایسه می‌کند). «وَالنَّظْرُ: الْفِكْرُ يَطْلُبُ بِهِ عِلْمَ أَوْ ظَنًّا فَهُوَ تَأَمُّلٌ مَعْقُولٌ لِكَسْبِ مَجْهُولٍ» (نظر: یعنی فکری که با آن طلب علم یا ظن شود؛ پس نظر عبارت است از تأمل عقلی برای کسب مجهول). البته برای «نَظَرَ» معانی دیگری نیز بیان شده؛ همچون: مهلت، انتظار، حکم، فصل دعاوی.

کلمه «ناظر» نیز از همین ریشه و به معنی مشاهده‌کننده، مراقب، نگهبان، جاسوس آمده است (معلوف، ۱۹۹۴، ذیل مدخل «ناظر»). در مورد «نظارت» هم در «المعجم الوسيط» گفته شده که: «نظارة: الفراسة و الحذق. نظارت یعنی هوشیاری و زیرک بودن» (انیس، ۱۹۹۴: ذیل مدخل «نظارت») در زبان انگلیسی و فرانسه، معادل کلمه «نظارت»، «کنترل» است که بیشتر به معنای «رهبری و ایجاد محدودیت» به کار می‌رود؛ برای مثال، اداره امور کشور و رهبری فعالیت‌های جمعی، از مصادیق کنترل در آن زبان است. در بینش انگلوساکسون، هر نوع دخالت یا تأثیرگذاری در رفتار و تصمیمات دیگری، بیانگر مفهوم کنترل است (انصاری، ۱۳۷۴: ۱۴۹).

۲. تعاریف اصطلاحی «نظارت»

از کلمه «نظارت» تعاریف متعددی شده که برخی از آنها عبارت‌اند از:

- مجموعه‌ای از مشاهدات (منظم یا غیرمنظم) در طول زمان که به منظور نشان دادن میزان پایبندی به یک شاخص تدوین شده و یا انحراف از یک هنجار مشخص انجام می‌شود (<http://jncc.defra.gov.uk/page-2268>).

- نظارت یعنی جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات به منظور بررسی میزان پیشرفت با توجه به طرح‌هایی مشخص و بررسی میزان مطابقت آن با شاخص‌هایی معین (www.ifrc.org/Global/Publications/.../IFRC-ME-Guide-8-2011.pdf).

- نظارت یا کنترل، عبارت است از رابطه‌ای که بین دو عامل یا دو نظام برقرار می‌شود. ماهیت و محتوای این رابطه طوری است که حاصل کار یک عامل یا نظام (کنترل‌شونده)، در

۴ فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال اول، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۰)

جهت خواسته‌ها یا اهداف عامل یا نظام (کنترل‌کننده) سوق داده می‌شود. بنابراین هر نظام نظارتی، حداقل سه عنصر اساسی دارد: نظارت‌کننده، نظارت‌شونده، شبکه ارتباطی (احمدی، ۱۳۷۶: ۳۰).

- نظارت عبارت است از مقایسه آنچه باید انجام بگیرد، با آنچه انجام شده است. براساس این تعریف، وجود یک الگوی مطلوب از خواسته‌ها، الزامی است.

- نظارت، فعالیتی است منظم که در آن، نتایج مورد انتظار در قالب استانداردهای انجام دادن یک فعالیت، معین می‌شوند. در نظارت، نظام اطلاعات طراحی می‌شود؛ فعالیت‌ها پیش‌بینی و انجام می‌شود و با هم مقایسه می‌شوند؛ اختلافات و انحرافات، ارزیابی و میزان اهمیت آنها مشخص می‌شود؛ سرانجام اصلاحات لازم برای تحقق هدف‌ها صورت می‌گیرد (همان: ۳۰-۳۱).

- نظارت، فعالیتی است که باید‌ها را با هست‌ها، و مطلوب‌ها را با موجودها، و پیش‌بینی‌ها را با عملکردها مقایسه می‌کند و نتیجه این مقایسه، تصویر روشنی از تشابه یا تمایز بین این دو گروه از عوامل خواهد بود که در اختیار مدیران سازمان‌ها قرار می‌گیرد (خدمتی، ۱۳۷۶: ۱۴۳).

- نظارت، به مفهوم فراهم‌سازی اطلاعاتی برای اثربخشی مدیریت و یکی از وظایف مهم مدیریت تلقی می‌شود (عاصمی‌پور، ۱۳۷۶: ۲۶۸).

- نوروبوت وی‌ینر^۱ یکی از معروف‌ترین صاحب‌نظران مدیریت، نظارت را چنین تعریف می‌کند: نظارت چیزی نیست جز ارسال پیام‌هایی مؤثر که رفتار گیرنده پیام‌ها را تغییر می‌دهد (موسی‌خانی، ۱۳۷۶: ۴۲۱).

- کنترل و نظارت عبارت است از هدایت تمام قسمت‌های سازمان، برای تأمین حداکثر بهره‌وری با حداقل هزینه (انتونی، دیر، بدفورد، ۱۳۷۲: مقدمه).

- نظارت، فراگرد مقایسه عملکرد واقعی با معیارها، و اجرای هر عمل اصلاحی لازم است (پسران قادر، ۱۳۷۴: ۱۳).

- نظارت، فرایندی است که عملکرد جاری را اندازه می‌گیرد و آن را به سمت هدف‌های منظور، هدایت می‌کند (وهاب، نظارت و ارزیابی، <http://moshaveri.blogfa.com>).

- نظارت فرایندی مستمر است که در طی اجرای برنامه، با نیت تصحیح فوری هر انحراف از اهداف عملیاتی انجام می‌شود. نظارت معمولاً بر فرایند سنجش منظم و دوره‌ای نهاده‌های

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۵

«پروژه» و «طرح» و «یافته» یا «فعالیت‌های مربوط و ستانده‌های آن» دلالت می‌کند و در ضمن اجرای طرح یا پروژه، به کار می‌رود (<http://www.semnan-aj.ir>).

در تعریف‌های داده‌شده از نظارت، دوطرفه و متقابل بودن، اصلاح و هدایت‌گری، تطبیق عملکرد با اهداف (مقایسه هست‌ها با بایدها) مشترک‌اند.



نمودار شماره یک: مفاهیم مشترک نظارت

ب. اهداف نظارت

مقایسه «هست‌ها» با «بایدها» و شناخت میزان انحراف از برنامه‌ها و اسناد بالادستی و اصول حرفه‌ای، و فرهنگ و اعتقادات مردم.



نمودار شماره دو: اهداف نظارت

ج. ویژگی‌های نظارت

برای اینکه نظارت، به نحو مؤثری اجرا شود، باید ویژگی‌هایی را داشته باشد:

۱. دقت: بدین معنی که عوامل و ابزارهای استفاده‌شده و نیز اطلاعات کسب‌شده، دقت کافی داشته باشد.
۲. نظارت به‌موقع: عملیات نظارت، در هر مرحله باید در زمان لازم و به‌موقع اجرا شود.
۳. نظارت در جهت اهداف: امر نظارت باید براساس اهداف و برنامه‌ها شکل بگیرد.
۴. تأکید بر نقاط استراتژیک: نظارت باید توجه اصلی خود را بر نقاط حساس و استراتژیک معطوف دارد. منظور از نقاط حساس و استراتژیک، نقاطی است که انحراف و اشتباه در آنها موجب خسارات سنگین می‌شود.

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۷

۵. **قابلیت انعطاف:** نظارت باید با در نظر گرفتن متغیرها، به گونه‌ای باشد که بتواند خود را با تغییرات و تحولات منطبق کند.

۶. **به صرفه بودن:** نظارت، مستلزم صرف هزینه و زمان است؛ بنابراین هزینه اجرای نظارت باید کمتر از فواید حاصل از نظام نظارتی باشد.

۷. **تناسب با مورد:** میزان اعمال نظارت باید براساس میزان نیاز بدان، در یک برنامه طراحی شود و با آن متناسب باشد؛ در واقع باید از حالت افراط و تفریط در امر نظارت پرهیز کرد. افراط در نظارت موجب از دست دادن اعتماد و حس استقلال و واکنش منفی، و تفریط موجب سهل‌انگاری و بی‌توجهی می‌شود.

۸. **مقبولیت:** نظارت‌های شدید و خشک، اغلب موجب ایجاد روحیه مقاومت می‌شود و به تضعیف روحیه و کاهش بازده منجر می‌شود. برای فراهم کردن زمینه مقبولیت، آگاهی به افراد و توجیه آنان و ایجاد ارتباط‌های مناسب و نیز حمایت مدیران عالی، نقش اساسی دارد.

۹. **توجه به اهداف:** هدف نهایی از نظارت، رسیدن به اهداف غایی یک فعالیت یا برنامه است و اموری همچون جمع‌آوری اطلاعات، تعیین استانداردها و... همگی ابزاری برای دستیابی به اهداف است.

۱۰. **تکیه نکردن بر نقاط منفی:** معمولاً نظارت تنبیهی، تبعاتی منفی مثل مقاومت و واکنش را در پی دارد؛ بنابراین، در نظر داشتن امور مثبت، و قدردانی از آنها، امری مهم است (خدمتی، ۱۳۷۶: ۱۴۷-۱۴۸).

۱۱. **توانایی فراهم کردن اطلاعات لازم و مفید:** نظام نظارتی، باید قابلیت جمع‌آوری اطلاعات صحیح و مفید را داشته باشد تا بتواند براساس داده‌های جمع‌آوری شده، افراد را به پاسخ‌گویی فراخواند (ساسان گهر و ایران نژادپاریزی، ۱۳۷۳: ۱۴).

۱۲. **توجه به امور عینی و اکتفا نکردن به ذهنیات:** نظارت مؤثر، به نظام اندازه‌گیری عینی و دقیق نیاز دارد. معیارهای عینی را می‌توان در مورد کیفیت و کمیت و زمان و هزینه عملیات به کار برد.

۱۳. **توانایی کشف کنندگی:** نظارت باید توانایی کشف انحراف استانداردها و اقدام‌های اصلاحی را داشته باشد.

۱۴. **سازمان‌گرایی:** سیستم نظارتی کارآمد، نباید فقط دنبال متخلف بگردد (بی نام، ۱۳۷۵: ۳۷).

د. فرایند نظارت

فرایند نظارت، گستره‌ای است از اقدامات مهم. این اقدامات شامل شناخت چشم‌انداز، اهداف، برنامه‌ها، اصول حرفه‌ای، فرهنگ و اعتقادات سازمانی و محیطی، استخراج شاخص‌ها و ملاک‌ها، دسته‌بندی و اولویت‌بندی آنها، و سرانجام میزان انطباق عملکرد با شاخص‌ها، و گزارش آن به مقامات و مسئولان.

درباره فرایند نظارت، ذکر چند نکته ضروری است:

۱. در تعیین استاندارد و معیار، تأکید اصلی بر این است که اهداف سازمان، به صورت کمی و قابل سنجش، بیان شود.
۲. یکی از مراحل اساسی در فرایند نظارت، تهیه و جمع‌آوری اطلاعات لازم درمورد عملکرد است. یک سیستم نظارتی، بدون داشتن اطلاعات کافی و صحیح و به موقع، نمی‌تواند نقش مؤثری ایفا کند.
۳. مقایسه اطلاعات واقعی با شاخص‌ها و استانداردها، باید به گونه‌ای باشد که هم مفهوم و هم قابل اصلاح باشد.
۴. در صورتی که نتیجه حاصل از مقایسه بالا، نشان‌دهنده آن باشد که پیش‌بینی‌ها درست انجام نشده و عملکرد با استاندارد مطابقت ندارد، باید علت یا علل این مسئله را یافت و در جهت رفع آنها اقدام کرد.

ه. مراحل و فواید نظارت

نظارت را از منظرهای مختلف می‌توان تقسیم‌بندی کرد، اما از نظر مراحل، به چهار دسته «قبل از برنامه‌سازی»، «قبل از پخش»، «حین پخش»، «بعد از پخش» تقسیم می‌شود. نظارت «قبل از برنامه‌سازی» و «قبل از پخش»، به آینده توجه دارد و هدفش بازدارندگی و پیشگیری از بروز خطاست.

هدف نظارت «حین پخش» جلوگیری از ادامه و تکرار اشتباه در بخش‌های بعدی است. از آنجاکه اشتباه‌های تولید و انتشار در رسانه، تقریباً مشابه هم است، هدف نظارت «بعد از پخش» (گذشته‌نگر)، جلوگیری از تکرار این نوع اشتباه‌ها در برنامه‌سازی‌های بعدی است. صرف نظر از نوع نظارت، مزیت‌های نظارت عبارت‌اند از:

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۹

- شناخت انحراف؛
- جلوگیری از انحراف؛
- اصلاح به موقع؛
- انضباط کاری؛
- ایجاد سیستم عادلانه وعد و وعید (پاداش و تنبیه)؛
- تخصیص بهینه منابع؛
- جلوگیری از هدر رفتن سرمایه؛
- امید به ارتقای کیفی؛
- افزایش سرعت عمل.

ی . تشابه ها و تمایزات نظارت و ارزیابی

تعریفهای نظارت و ارزیابی، و مباحث مربوط به آنها حاکی از آن است که با وجود تفاوت‌ها بین این دو واژه، در بسیاری از موارد نظارت و ارزیابی به جای یکدیگر بکار می روند. برخی از مهمترین این وجوه تشابه و تفاوت عبارتند از:

وجوه تشابه

- ۱- هر دو فعالیت، فرایند نظام دار هستند. به عبارتی تلاش برای کسب اطلاعات با برنامه ریزی قبلی صورت می گیرد (<http://moshaveri.blogfa.com>).
- ۲- هر دو فرایندهایی جدا از اصل برنامه اند. فرد ناظر یا ارزیاب در جریان فعالیت قرار می گیرد.
- ۳- هر دو در پی اصلاح انحرافهای بوجود آمده در برنامه ها هستند.
- ۴- هر دو دارای معیار و شاخص‌های سنجش می باشند و بر اساس شاخصها عمل می کنند.

وجوه تمایز

- ۱- ارزیابی می تواند توسط اشخاصی که درگیر یک طرح و یا برنامه نیستند صورت گیرد، اما نظارت می تواند فقط توسط افرادی که مستقیماً با برنامه در ارتباطند صورت گیرد.

۱۰ فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال اول، شماره چهارم، زمستان

(۱۳۹۰)

۲. ارزیابی می تواند در انتهای یک طرح و یا برنامه صورت گیرد، ولی در مورد نظارت اینطور نیست؛ نظارت یک فرایند مستمر بوده که در طی اجرای برنامه، قابلیت تصحیح فوری هرگونه انحراف از اهداف عملیاتی را امکان پذیر می نماید.

۳. تصمیم گیری می تواند بعد از بررسی نتایج ارزیابی صورت گیرد، اما تصمیم گیری بعد از تحلیل نتایج نظارت امکان پذیر نیست.

۴. وجه تمایز نظارت و ارزیابی در نتیجه گیری از اطلاعات است. در نظارت در صورت وجود عدم انطباق با ضوابط از پیش تعیین شده، فرد یا سازمان یا عامل شناسایی می شود؛ به عبارت دیگر تعیین مقصر صورت می گیرد در حالی که بازخورد در ارزیابی مهم تر از شناسایی مقصر است.

۶- در جریان نظارت، تصمیم گیریها باعث تصحیح جزئیات و بخشهایی از برنامه می شود اما تصمیم گیریها در ارزیابی ممکن است باعث تغییرات عمده در طرح ریزی و استراتژی یا تصحیح آنها گردد.

۷- اگر سیستم نظارتی موثر قبلا موجود باشد در این صورت ارزیابی ساده تر می باشد و کمتر به آن نیاز وجود دارد.

در مجموع تفاوت مهم نظارت و ارزیابی در نوع تاثیرگذاری بر برنامه هاست. نظارت با تاثیرگذاری مستقیم خود بر برنامه، انحرافات را در متن برنامه برطرف می کند؛ اما ارزیابی در پی تشخیص نواقص و انحرافات برای تاثیرگذاری در برنامه های بعدی است چرا که برنامه موجود از چرخه اجرا خارج شده است.

نظارت در سازمان های خبری

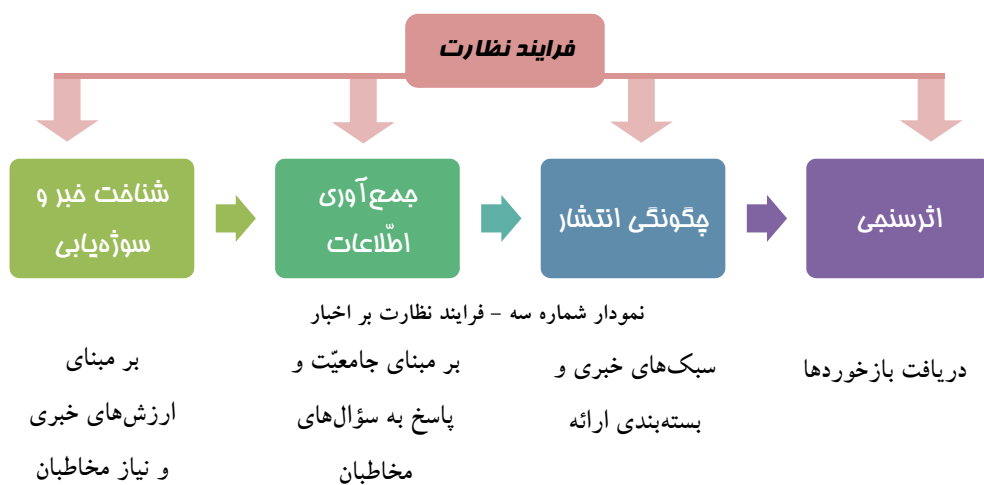
در یک برنامه ریزی دقیق و علمی، اهداف سازمان و راه های رسیدن به آن مشخص می شود. سازمان های رادیو و تلویزیونی نیز اهداف خاص خودشان را دارند و این اهداف در طراحی و برنامه ریزی مشخص می شوند. نظارت نشان می دهد که کارکنان و مدیران، تا چه حدی این اهداف و برنامه ها را اجرا می کنند و انحراف احتمالی کجاست.

انحراف ها را می شود با مقایسه کارهای انجام شده و اقدامات پیش بینی شده در برنامه شناخت، و برای اصلاح، به مدیران مربوط ابلاغ کرد. برای اینکه روند کنترل مؤثر باشد، مبنای

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۱۱

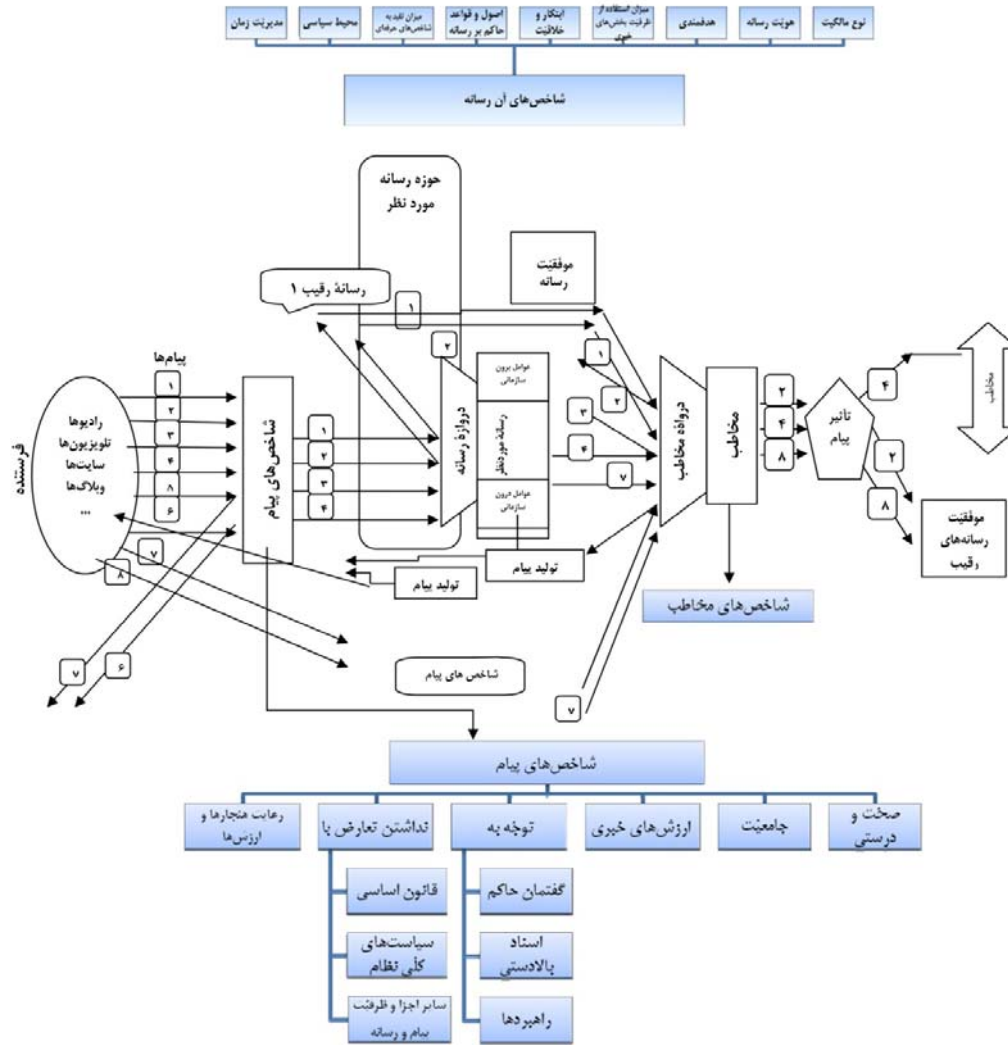
کار باید بر عملکردهایی استوار باشد که قابل اندازه‌گیری باشد؛ و باید دانست که اندازه و ترکیب مخاطبان هر ایستگاهی را می‌شود با شیوه‌های ویژه‌ای اندازه‌گیری کرد. اگر مخاطبانی که جذب شبکه یا برنامه خاصی شده‌اند، بر پیش‌بینی‌ها منطبق نباشند، در آن صورت، روند کنترل باعث شناسایی واقعیت‌های امر و راه‌حلی احتمالی خواهد شد. نتیجه این کار ممکن است تغییراتی در برنامه بدهد؛ برای مثال از سطح انتظارات اولیه بکاهد یا اقداماتی برای تحقق اهداف اولیه در پی داشته باشد (پرینگل و استار، ۲۰۰۶: ۲۷).

نظارت در سازمان‌های خبری نیز بر همین منوال است. همانند دیگر سازمان‌های رسانه‌ای غیرخبری مراقبت می‌شود تا انحراف احتمالی عملکرد از برنامه، شناسایی و از بروز آن جلوگیری شود. هماهنگی در فرایند تولید خبر، به منظور اجرای صحیح برنامه‌های خبری و اقدام هماهنگ خبرنگاران و مدیران خبر، در مسیر تحقق هدف‌ها و نظارت خبری است. این نظارت، از ابتدای فرایند تولید اخبار (شناسایی سوژه‌ها) تا انتهای آن (انتشار) منظور می‌شود؛ به عبارت دقیق‌تر، نظارت باید در همه مراحل سه‌گانه خبر (شناخت، جمع‌آوری، تنظیم و انتشار) و در سطوح مختلف مدیریتی (عملیاتی، میانی، عالی) ساری و جاری باشد.



۱۲ فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال اول، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۰)

الف. مدل جامع نظارت در سازمان‌های خبری



نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۱۳

درخصوص «مدل جامع نظارت در سازمان‌های خبری» ذکر نکات زیر ضروری است:

۱. فرستندگان و تولیدکنندگان پیام:

در محیط فعالیت رسانه، رویدادهای بی‌شماری اتفاق می‌افتد و رسانه‌های مختلفی با اهداف و سیاست‌های متفاوت در این محیط رقابتی، همزمان در تلاش‌اند تا این رویدادها را شناسایی و انتخاب کنند. این رسانه‌ها ممکن است منابع و فرستنده‌های مختلف رادیویی، تلویزیونی، مطبوعاتی، سایت‌ها، وبلاگ‌ها و یا دیگر حاملان پیام از جمله شهروند خبرنگار و ابزارهایی مثل تلفن همراه باشند.

نکته مهم این است که فعالیت در این محیط، در انحصار هیچ فرد حقیقی یا حقوقی نیست و همه می‌توانند همزمان برای پوشش خبری یک رخداد رقابت کنند. در نظارت بر اخبار، باید به منابع خبری و اعتبار و چگونگی استفاده آن توجه داشت. برخی مواقع، خبر صحیح است و سریع منتشر می‌شود و جامعیت هم دارد، اما منبعش معتبر نیست؛ در این گونه موارد بهتر است خبرهای صحیح از منابع معتبر نقل شوند تا باورپذیری مخاطبان افزایش یابد.

پیام‌ها

پیام‌ها، محتوای رویدادها هستند که منابع مختلف خبری یا شخصیت‌های حقیقی و حقوقی، در صورت داشتن شاخص‌های مختلف انتشار، آنها را تولید می‌کنند. برخی از این رویدادها ممکن است به دلیل نداشتن معیارهای پیش‌گفته، نتوانند از منطقه دروازه عبور کنند. در مسیر حرکت پیام‌ها، شاخص‌های پیام قرار دارد که براساس این مدل، پیام‌های پنج و شش، به دلیل مغایرت با این شاخص‌ها کنار گذاشته می‌شوند. پیام‌های هفت و هشت نیز به دلیل دیده نشدن یا نادیده گرفته شدن در رسانه موردنظر، توسط رسانه رقیب ۲ درصد می‌شوند و به مخاطب می‌رسند. شاخص‌های پیام، گستره‌ای دارد که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

الف. داشتن ارزش‌های خبری

ارزش‌های خبری، ملاک‌ها و معیارهای انتخاب پیام‌های خبری از غیرخبری هستند. در مورد تعداد آنها، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد، اما تقریباً همه فعالان حوزه خبر، بر روی ارزش‌های خبری «تازگی»، «مجاورت»، «درب‌گیری»، «فراوانی مقدار و تعداد»، «شهرت»،

۱۴ فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال اول، شماره چهارم، زمستان

(۱۳۹۰)

«برخورد»، «عجایب»، «استثناها» اتفاق نظر دارند. اگر پیامی ارزش‌های خبری لازم را برای انتشار داشته باشد، باید به‌موقع منتشر شود.

با توجه به تعدد و تکثر رسانه‌ها و تنگ‌تر شدن رقابت، این شاخص‌ها اهمیت بیشتری دارد. بر این اساس، باید بین زمان وقوع خبر و زمان انتشار، فاصله کمی باشد. کمترین تعلل در این زمینه، به‌ویژه در مواقع بحرانی که نیاز و مراجعه مردم به خبرها بیشتر می‌شود، حذف فیزیکی یا معنوی رسانه را در پی دارد. با توجه به اهمیت این شاخص، در عین حال باید دقت شود که «تسریع در خبررسانی» به شاخص بعدی یعنی «صحت خبر» لطمه نزند (نصراللهی، ۱۳۹۰: ۵۹-۶۶).

ب. رعایت هنجارها و ارزش‌ها

پیام‌ها باید هنجارهای اجتماعی را، اعم از ارزش‌ها و آداب و سنن رعایت کنند.

ج. توجه به گفتمان حاکم و اسناد بالادستی و راهبرهای منتخب:

این اسناد ممکن است قانون اساسی یا قوانین مصوب صداوسیما مثل قانون خط‌مشی‌ها باشد.

ج. صحت خبر

درست بودن و عینیت پیام‌های خبری، شاخص مهمی است که باید تلاش کرد وقایع همان‌گونه که روی داده‌اند، منعکس شوند، نه آن‌گونه که رسانه دوست دارد. هماهنگی و انطباق بین محتوای خبرها با واقعیت‌ها، در اعتمادزایی و اعتمادزدایی مخاطبان بسیار مهم است.

د. جامعیت

در خبرها باید تلاش کرد به همه عناصر خبری (چه؟ چرا؟ چگونه؟ که؟ کی؟ کجا؟) و سؤال‌های مطرح در ذهن مخاطبان پاسخ داد. گاهی ممکن است با توجه ضرورت تسریع در انتشار اخبار، نشود منتظر ماند تا اطلاعات کامل جمع‌آوری و پخش شود. در این صورت باید اطلاعات موجود را پخش کرد و مترصد کشف و جمع‌آوری اطلاعات تکمیلی و انتشار آن شد.

ه. نبود تعارض در پیام

در محتوای پیام نباید تعارضی وجود داشته باشد. تعارض ممکن است در خبرهای

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۱۵

تلویزیونی، اشکال مختلفی داشته باشد؛ مثل: تعارض و ناهماهنگی در آمار و اطلاعات. خبرها و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی باید تکمیل‌کننده یکدیگر باشد؛ زیرا هرگونه تعارض و ناهماهنگی، با اهداف و عملکرد رسانه‌های حرفه‌ای مغایرت دارد. سؤال‌های زیر می‌تواند کار ناظران و ارزیابان را در تشخیص و گزارش «تعارض در رسانه» تسهیل و تسریع کند:

- آیا بین (کلام گوینده) متن خبر و تصویر تعارض وجود دارد؟
- آیا بین (کلام گوینده) متن خبر و زیرنویس تعارض وجود دارد؟
- آیا بین (کلام گوینده) متن خبر و گرافیک و کپشن، تعارض و ناهماهنگی وجود دارد؟
- آیا زیرنویس فارسی با زیرنویس انگلیسی تعارض دارد؟
- آیا بین (کلام گوینده) متن خبر و گزارش (اعم از زنده و تولیدی) تعارض وجود دارد؟
- آیا بین عناوین واقعی شخصیت‌های حقیقی و حقوقی، و آنچه از رسانه پخش می‌شود، تعارض وجود دارد؟
- آیا بین اجزای خبر (عناوین و متن و تصویر و...) ناهماهنگی وجود دارد؟
- آیا بین خبر پخش شده و خبرهای بخش‌های خبری قبلی تعارض وجود دارد؟ (منابع یکسان یا منابع متفاوت، در یک زمان یا زمان‌های متفاوت)
- آیا بین نوع اجرای گوینده و مجری و خبرنگار با محتوا و انتظار مخاطبان هماهنگی وجود دارد؟
- آیا بین اجرای دو گوینده حاضر در استودیو، ناهماهنگی وجود دارد؟
- آیا جنس خبر پخش شده با ماهیت بخش خبری تعارض دارد؟
- آیا در ارتباط تلفنی، اظهارنظر مصاحبه‌شونده با سیاست‌های رسانه تعارض و ناهماهنگی دارد؟

دروازه‌بانی پیام (گزینش و انتشار)

رسانه‌های خبری باید نیازهای خبری مخاطبان را تأمین کنند؛ از این‌رو گزینش رویدادهای دارای ارزش‌های خبری و موردنیاز مخاطبان از بین میلیون‌ها رویداد، و غافل نبودن از سوژه‌های ناب خبری، از شاخص‌های مهم این حوزه است. مدیریت با نظارت بر نوع خبرهای انتخابی و تطبیق آنها با اهداف رسانه خبری و نیازهای مخاطبان، می‌تواند اشکال‌های احتمالی را برطرف کند. در نظارت بر شبکه یا بخش‌های خبری، فقط نباید آنچه انتخاب شده، ارزیابی

کرد، بلکه باید به خبرهای با ارزش خبری زیاد و مورد نیاز مردم که انتخاب نشده‌اند هم توجه کرد و آنها را براساس میزان و اهمیّت آنها و نیاز مخاطبان و سیاست رسانه، بررسی کرد. همان‌طور که در مدل جامع مشخص است، پیام‌های ۱، ۲، ۳، ۴ وارد دروازه رسانه شده است که با توجه به شاخص‌های رسانه، پیام‌های ۳ و ۴ پذیرفته شده و به مخاطب می‌رسند؛ حال آنکه پیام‌های ۱ و ۲ رد شده و به واسطه رسانه رقیب ۱ به مخاطب می‌رسد.

شاخص‌های رسانه

شاخص‌های رسانه، گستره‌ای را در بر می‌گیرد که نمونه‌اش مالکیت رسانه، اصول و قواعد حاکم بر رسانه، هویت رسانه، میزان تقید به اصول حرفه‌ای است. در این خصوص باید گفت با توجه به هویت رسانه‌ها، از جمله رادیو و تلویزیون، باید سایر اصول حرفه‌ای اختصاصی هر رسانه را رعایت کرد. از جمله این اصول در تلویزیون، بهره‌مندی اخبار از مؤلفه‌های تصویری، افکت، کیفیت تصویر، شات‌های مناسب، دکور، تیتراژ مناسب، نگارش تلویزیونی و نوشتن برای تصویر است. مدیریت رسانه باید میزان رعایت اصول حرفه‌ای را در بخش‌های خبری، نظارت و انحراف احتمالی را گوشزد کند. بدیهی است ارزیابان باید در نظارت بر اخبار و برنامه‌ها، این شاخص‌ها را مدنظر داشته باشند.

علاوه بر شاخص‌های رسانه‌ای، رسانه مورد نظر در دروازه‌بانی پیام‌ها، از دو دسته عوامل برون‌سازمانی (از قبیل احزاب، تشکّل‌های سیاسی، نظام سیاسی، گروه‌های فشار و غیره) و درون‌سازمانی (از قبیل بخشنامه‌ها و مصوّبات سازمانی) تأثیر می‌گیرد.

شاخص‌های مورد نظر مخاطبان

پیام‌ها یا اخبار انتخابی، وارد دروازه مخاطب می‌شود و آنها با توجه به شاخص‌هایشان انتخاب می‌کنند. به عبارت دیگر، علاوه بر دروازه‌بانان رسانه یا گیت‌کیپر‌ها (خبرنگاران و سردبیران و...)، مخاطبان هم از میان انبوه خبرهای انتخاب شده یا انتخاب نشده رسانه‌ها، گزینش می‌کنند؛ برخی را می‌بینند و می‌شنوند و می‌خوانند، و برخی دیگر را انتخاب نمی‌کنند. سه دسته پیام در این مدل وارد دروازه مخاطب می‌شود که عبارت است از:

الف. پیام‌های رسانه رقیب ۱ (پیام‌های ۱ و ۲)؛

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۱۷

ب. پیام‌های رسانه‌ی موردنظر (پیام‌های ۳ و ۴)؛

ج. پیام‌های رسانه‌ی رقیب ۲ (پیام‌های ۷ و ۸).

مخاطب، عنصری غیرمنفعل است که براساس شاخص‌های مختلف از جمله «نیاز، میل، مصلحت» دروازه‌بانی و به پیام‌های ۲، ۴، ۸ توجه می‌کند. مخاطب، سه پیام ۱، ۳، ۷ را نمی‌پذیرد و سرانجام سه پیام ۲، ۴، ۸ پیام‌های تأثیرگذاری هستند که از دروازه‌ی مخاطب می‌گذرند.

خروجی مدل، دو حوزه‌ی رسانه‌ی موردنظر و رسانه‌های رقیب را ترسیم می‌کند که در آن، مخاطب در حرکتی پیستونی، بین این دو حوزه است. اگر تعداد پیام‌هایی که مخاطب از هر یک از این دو دسته رسانه می‌گیرد، بیشتر باشد، می‌توانیم بگوییم که آن حوزه‌ی رسانه‌ای، توفیق بیشتری در جذب مخاطب داشته است.

در مدل موردنظر، پیام‌های ۲ و ۸ رسانه‌های رقیب و پیام ۴ رسانه‌ی موردنظر را مخاطب می‌پذیرد که می‌شود نتیجه‌ی گرفت که حوزه‌ی رسانه‌های رقیب، توفیق بیشتری در این زمینه داشته‌اند. درک این که مخاطبان و رسانه‌های رقیب هم فعال هستند و فقط رسانه‌ی موردنظر دروازه‌بانی نمی‌کند، نکته‌ی مهمی است؛ زیرا هم می‌تواند در کار رسانه اثر بگذارد و هم نوع نگاه ارزیابان و ناظران را از عملکرد رسانه‌ها تغییر دهد.

نظارت بر اخبار و گزارش‌ها و برنامه‌های سیاسی رادیو و تلویزیون ایران

نظارت بر برنامه‌های سیاسی و اخبار سازمان صداوسیما، تا حدودی شبیه نظارت دیگر سازمان‌های خبری است، اما حساسیت و اهمیت کار خبری رادیو و تلویزیون، نظارت در این بخش را کمی متفاوت کرده است. در صداوسیما به طور مستمر، محتوا و ساختار اخبار و برنامه‌های سیاسی براساس «گفتمان مقام معظم رهبری و رئیس محترم سازمان»، «اصول حرفه‌ای»، «فرهنگ و اعتقادات مردم ایران» رصد می‌شود. از سوی دیگر، با توجه به سیال بودن پیام‌های رسانه‌ای، مهم است که کارکرد نظارتی، به‌هنگام و در حین پخش یا بلافاصله پس از پخش، انجام شود. بر مبنای این سه مفروض، اداره‌کل «نظارت و ارزیابی اخبار و برنامه‌های سیاسی» به نظارت روزانه‌ی خبرها و برنامه‌های سیاسی، و ارزیابی روندی و روش‌مند می‌پردازد. این نظارت ممکن است:

- اجزای یک برنامه یا بخش خبری را جدای از هویت و محتوا و جهت‌گیری‌های یک

۱۸ فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال اول، شماره چهارم، زمستان

(۱۳۹۰)

بخش خبری بررسی شود و تناقض‌ها و خطاهای گفتاری - شنیداری و فنی و امثال آن ثبت و گزارش شوند.

- کلیت برنامه یا بخش خبری، در یک مقطع زمانی و بدون ارتباط با روند قبلی، بررسی شود.
- مجموعه‌ای از برنامه‌های هم‌موضوع یا مجموعه‌ای از برنامه‌ها در یک مقطع زمانی مشخص (یک روز، یک هفته یا بیشتر) ارزیابی شوند.

- برنامه‌ها یا بخش‌های خبری، براساس شاخص‌های گفته‌شده، با برنامه‌ها یا بخش‌های مشابه داخلی و خارجی قیاس شوند.

همچنین ممکن است نظارت بر خبر و برنامه‌های سیاسی، اهداف صداوسیما را در سه سطح کلان، راهبردی، جانبی مدنظر قرار دهد.

اهداف کلان صداوسیما شامل « اشاعه فرهنگ اسلامی، رعایت مصالح کشور، تحکیم نظام جمهوری اسلامی، توجه به امنیت ملی، توجه به استقلال سیاسی، تقویت اقتدار ملی، تقویت عزت ملی، مغایرت نداشتن برنامه‌ها با موازین اسلامی اسلامی بودن، همسویی برنامه‌های رادیو و تلویزیون با اهداف انقلاب اسلامی، برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت، آزادی بیان، مشارکت مردم » است که درمقدمه قانون اساسی مصوب سال ۱۳۵۸، (صادقی، ۱۳۸۶: ۱۸). اصل ۱۷۵ قانون اساسی و و سایر قوانین مصوب در اجرای در اجرای این اصل (قانون اداره صداوسیما جمهوری اسلامی ایران مصوب هشتم دی ۱۳۵۸، قانون خط‌مشی کلی و اصول برنامه‌های صداوسیما جمهوری اسلامی ایران مصوب هفدهم تیر ۱۳۶۱ و اساسنامه سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مصوب بیست و هفتم مهر ۱۳۶۲) آمده است.

اهداف راهبردی شامل مفاهیمی مثل «آگاهی‌بخشی، بصیرت‌بخشی، تقویت وحدت، امیدآفرینی» است که در گفتمان رهبری، و برنامه‌ها و استراتژی‌های صداوسیما آمده است.
اهداف جانبی، متناسب با تغییرات محیطی و به اقتضای اوضاع، در جلسات سیاست‌گذاری گرفته می‌شوند.

در این بخش، مهم‌ترین متغیرها و شاخص‌های نظارت در بخش خبر و گزارش و برنامه‌های سیاسی، به صورت جزئی‌تر معرفی می‌شود:

۱. نظارت بر خبر

| شاخص‌ها | متغیرها |
|--|---|
| کوتاه، گویا، ضربی و ریتمیک بودن جذابت تنوع | ۱. ویژگی‌های عمومی گزینش و تنظیم سرخط خبرها |
| تناسب با اهمیت، نیاز و سیاست رسانه چکیده مهم‌ترین بخش خبر برجسته‌کردن مهم‌ترین عنصر خبری کوتاه، گویا، ضربی و ریتمیک بودن انتخاب نوع لید مناسب با محتوا و ظرفیت خبر | ۲. معیارهای گزینش و نگارش لید خبر |
| انتخاب سبک مناسب رعایت قواعد دستور زبان فارسی و قواعد نگارشی در کمال، زیر نویس‌ها و گرافیک تنوع موضوعی | ۳. سبک تنظیم و نگارش خبر |
| تنوع مکانی تنوع شخصیت‌های حقیقی و حقوقی درستی خبر | ۴. رعایت تنوع خبری |
| سرعت و دقت و صراحت خبر پرهیز از کاربرد نادرست صفات و القاب ذکر منابع در مواقع لزوم حفظ بی‌طرفی یا القای آن | ۵. اعتبار خبرها |
| سوژه بدیع، نو و اختصاصی و یا حداقل پرداخت متفاوت انسجام و وحدت خبری (نبود تناقض بین خبرهای انتخاب‌شده) متناسب با اهمیت خبر، نیاز مخاطبان و سیاست رسانه خودبستگی بخش خبری ایجاد حس تعلیق برای جذب مخاطب توزیع مناسب نرم خبر و سخت خبر مطابقت محتوای تصویر و متن خبر همزمانی تصویر و کلام | ۶. انتخاب و چینش خبرها |
| استفاده از تصاویر روز و جلوگیری از تصاویر تکراری صدای شفاف و رسا و نداشتن نویز | ۷. ویژگی‌های تصویری |
| استفاده مناسب از صدای محیط (آمیانس) و افکت استفاده از زیرنویس و نما، و رعایت اصول زیباشناختی در آنها ربط و فک خبرها (کارگردانی مناسب) | ۸. ویژگی‌های صوتی |
| نمای مناسب استودیو و پویایی آن (زاویه و حرکت مناسب دوربین و...) استفاده مناسب از خبر مکتوب، گزارش، مصاحبه، ارتباط زنده و... همسویی با قانون اساسی یا حداقل مغایرت نداشتن با آن | ۹. ویژگی‌های شکلی بخش خبری |
| تناسب با سیاست‌های کلی تناسب با تکفتمان رهبری رعایت هنجارها و ارزش‌های جامعه آرامش بخشی خبرها و امیدزایی | ۱۰. تنوع قالب‌های خبری |
| تناسب با سیاست‌های کلی تناسب با تکفتمان رهبری رعایت هنجارها و ارزش‌های جامعه آرامش بخشی خبرها و امیدزایی | ۱۱. رعایت سیاست‌های نظام و رسانه |
| ظرفیت بخش‌های خبری متفاوت هستند مثلا ۲۰/۳۰ ظرفیتی دارد که اخبار ۲۱ ندارد. میزان تولید و پرداخت اختصاصی | ۱۲. استفاده از ظرفیت هر بخش خبری |
| توجه به معدل بخش‌های خبری و سایر بخش‌های رسانه اعتبارزدایی از رسانه‌های رقیب و دشمن با افشای تاکتیک‌های آنها بالا بردن سواد رسانه‌ای مخاطبان به منظور برخورد فعال با پیام‌ها | ۱۳. تکمیل‌کنندگی |
| افزایش شگردهای رسانه‌های رقیب یا دشمن، و افزایش سواد رسانه‌ای | ۱۴. افشای شگردهای رسانه‌های رقیب یا دشمن، و افزایش سواد رسانه‌ای |
| فراموش نکردن هدف در همه اجزا و ظرفیت‌های کاری | ۱۵. هدفمندی |

۲۰ فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال اول، شماره چهارم، زمستان

(۱۳۹۰)

۲. نظارت بر گزارش‌ها (رادیویی و تلویزیونی)

| متغیرها | شاخص‌ها |
|--------------------------------|---|
| ۱. رعایت اصول اساسی گزارش | داشتن سوژه و سناریو بدیع، جذاب و مناسب |
| | ارزش خبری، اطلاعاتی، پژوهشی سوژه گزارش |
| | رعایت سیر منطقی گزارش و ارکان آن |
| | میزان تأثیرگذاری و ملموس بودن گزارش |
| ۲. دقت در انتخاب منابع | اسناد و استحکام منبع |
| | استفاده بجا از نظر کارشناسان و مسئولان، و مردم |
| ۳. ویژگی‌های فردی گزارشگر | چهره و فیزیک بدنی مناسب |
| | نداشتن حالات و حرکات غیرعادی |
| | صدای مناسب و توانایی بیان، توصیف، فضا سازی و استدلال‌آوری |
| ۴. ویژگی‌های پلاتو | سادگی و روانی و گویا بودن |
| | انتخاب مکان مناسب برای پلاتو |
| | ربط منطقی پلاتو با موضوع گزارش |
| ۵. چگونگی حضور گزارشگر در صحنه | حضور به موقع در صحنه رویداد |
| | حضور مؤثر و رهبری گزارش در صحنه |
| ۶. توانایی حرفه‌ای گزارشگر | ورود به موضوع با بهره‌گیری از تمهیدات ماهرانه |
| | تسلط بر شیوه‌های گوناگون اقناع |
| | آگاهی و اشراف به موضوع گزارش |
| | توانایی تدوین و اجرای سناریو گزارش |
| ۷. تصویر | توجه به حرکت و زاویه دوربین و استفاده از شات‌های متعدد |
| | برجسته‌سازی مهم‌ترین بخش رویداد در تصویر، و معنادار کردن آن |
| ۸. صدا | صدای مطلوب گزارشگر و مصاحبه‌شوندگان |
| | صدای محیط (آمبیانس) و افکت |
| ۹. ایجاز | خودداری از پرداختن به زواید و حواشی کم‌ارزش و بی‌ارزش |
| | تناسب زمان گزارش با اهمیت و میزان اطلاعات آن |
| | پرهیز از سکانس‌های طولانی در گفتگوها و پلاتوها |
| ۱۰. جامعیت | بررسی همه‌جانبه رخدادها یا موضوعات و پیشینه آنها |
| | تبیین علل و چرایی موضوع یا رویداد |

نظارت؛ رکن پنجم مدیریت معیارها و مدل انطباق یا انحراف برنامه‌های خبری..... ۲۱

| | |
|--|--|
| طرح دیدگاه‌های مختلف درباره موضوع و رویداد | |
|--|--|

۳. نظارت بر برنامه‌های سیاسی (رادیویی و تلویزیونی)

| شاخص‌ها | متغیرها |
|---|--|
| طرح مسئله به صورت شفاف و گویا | ۱. رعایت اصول برنامه‌سازی |
| داشتن انسجام و ارتباط منطقی بین اجزای برنامه | |
| هدفمندی موضوع | |
| داشتن پشتوانه تحقیقی و سناریو قوی | |
| داشتن جذابیت و تنوع ساختاری (از نظر هنری و قالب‌های پرداخت) | |
| داشتن جذابیت و تنوع موضوعی | |
| اطلاع‌رسانی و به‌روز بودن اطلاعات | |
| پرهیز از بیان مطالب تکراری و بدیهی | |
| نداشتن ابهام و تناقض و کلی‌گویی | |
| پرهیز از طرح مطالب شعاری | |
| تحلیل علمی و منصفانه علل و متغیرهای دخیل در رویداد | ۲. رعایت اصول تحلیل سیاسی |
| بررسی موضوع با استفاده از دیدگاه‌های متنوع و چالشی کارشناسان | |
| بیان اطلاعات و آمار درست | ۳. استناد |
| استفاده از منابع علمی و عینی | |
| ذکر منبع | ۴. رعایت اصول نگارشی |
| استفاده از جمله‌های کوتاه و گویا | |
| رعایت قواعد دستور زبان فارسی و آیین‌نامه‌های فرهنگستان زبان و ادب فارسی | |
| پرهیز از کاربرد کلمات رسمی و یا کلیشه‌ای، توجه به زیبایی‌شناسی کلمات و عبارات | ۵. ویژگی‌های صوتی |
| پرهیز از اطناب و ابجاز مخل | |
| صدای شفاف و رسا و نداشتن نویز | ۶. ویژگی‌های تصویری |
| استفاده مناسب از صدای محیط (آمیپانس) و افکت | |
| غالب بودن ساختار کلامی در برنامه‌های رادیویی | |
| رعایت زیبایی‌شناسی میزانشن (کاراکتر، پرسپکتیو، رنگ، نور، کمپوزیسیون و...) | ۷. رعایت سیاست‌ها |
| استفاده از ساختار تکنیکی مناسب در تصاویر (اندازه نما، حرکت و زاویه دوربین، ریتم و...) | |
| غالب بودن ساختار تلویزیونی بر ساختار کلامی در برنامه‌های تلویزیونی | ۸. کارشناسان |
| همسویی با قانون اساسی | |
| تناسب با سیاست‌های کلی | |
| تناسب با توصیه‌های رهبری | |
| رعایت هنجارها و ارزش‌های جامعه | |
| آرامش‌بخشی خبرها | ۹. مجریان |
| استفاده از کارشناسان مسلط و صاحب‌نظر، دعوت از کارشناسان با دیدگاه‌های متنوع | |
| استفاده از کارشناسان متنوع (تکراری نباشند) | |
| آشنایی مجری بر موضوع بحث | مدیریت محتوایی برنامه (و پرهیز از انفعال در برابر کارشناسان و مسئولان) |
| مدیریت زمان برنامه | |

| | |
|-------------------------------|--|
| ایجاد فضای جدلی بین کارشناسان | |
| داشتن قدرت بیان و استدلال | |

نظارت در اوضاع بحرانی

نظارت در بحران‌ها، متأثر از نوع برنامه‌ریزی در بحران است. در اینجا نیز عملکرد بخش‌های مختلف سازمان خبری، براساس برنامه‌ریزی خبر در بحران، ارزیابی و میزان انحراف احتمالی تعیین می‌شود. بر این اساس، یا برنامه اصلاح یا اشکال‌های موجود در عملکرد، برطرف می‌شود. با توجه به افزایش مخاطبان بخش‌های خبری در بحران‌ها، پیامدهای متعدّد انتشار احتمالی اخبار غلط در جامعه، مثل پیامدهای امنیتی و روانی، تعلّل و یا کندی در انتشار اخبار، و حساسیت‌های دیگر ناشی از انتشار اخبار در بحران، اهمیت رعایت شاخص‌های خبری و نظارت بر اجرای آن را دوچندان می‌کند.

نتیجه‌گیری

نظارت، تشخیص میزان انطباق «هست‌ها» با «بایدها»ست و هدف اصلی‌اش، شناخت انحراف و اصلاح امور است. برای تأمین این هدف مهم، باید اصول و شاخص‌های آن را شناخت و اشکال‌های اساسی و مهم به‌موقع و در بسته‌بندی‌های جذاب و جالب، و با مستندات باورپذیر ارسال شود. در عین حال، نظارت نباید فقط گزارش امور منفی و سخت‌گیرانه باشد، بلکه باید خلاقیت و ابتکارات رسانه‌ای را تقویت کند و برای دلگرمی و تضمین ادامه کار، به اقدامات مثبت نیز توجه شود.

شاخص‌های گفته‌شده، همه مهم‌اند، اما شاید هنگام اجرا لازم باشد اقتضایی عمل کرد. آنها از متغیرهای مختلف از جمله خودشان اثر می‌پذیرند و ممکن است بر عوامل دیگر اثر بگذارند؛ بنابراین باید آخرین دستورهای سازمانی ملاک باشد و ابلاغ‌های جدید بر دستورهای قبلی، اولویت یابند؛ البته ممکن است شاخص‌های سازمانی، در شبکه‌های داخلی، بر شاخص‌های حرفه‌ای اولویت داشته باشند و برعکس، در شبکه‌های خارجی، ضمن توجه به اساسنامه و سیاست سازمان برای تأسیس آنها، شاخص‌های حرفه‌ای بر شاخص‌های سازمانی اولویت داشته باشند.

منابع

الف. کتاب‌ها

- احمدی، مرتضی. (۱۳۷۶). ساختار نظارتی در تشکیلات جمهوری اسلامی ایران. مجموعه مقالات نخستین همایش علمی و پژوهشی نظارت و بازرسی در کشور. تهران: سازمان بازرسی کل کشور.
- انتونی، دیر، بدفورد. (۱۳۷۲). نظام‌های کنترل مدیریت. (محمدتقی ضیایی بیگدلی، مترجم). تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
- انصاری، ولی‌الله. (۱۳۷۴). کلیات حقوق اداری. تهران: میزان.
- بی‌نام، (۱۳۷۵). مبانی نظری نظارت. فصلنامه دانش حسابرسی، شماره ۸، سال سوم.
- پسران قادر. (۱۳۷۴). مدیریت و سازمان (از دیوان‌سالاری تا ویژه‌سالاری). چاپ دوم. تهران: ارغنون.
- انیس، ابراهیم. (۱۹۹۴). فرهنگ عربی به عربی «المعجم الوسیط»، جلد دوم. چاپ دوم. بیروت: احیاء التراث العربی.
- خدمتی، ابوطالب. (۱۳۷۶). نظارت و بازرسی در اسلام. مجموعه مقالات نخستین همایش علمی و پژوهشی نظارت و بازرسی در کشور. تهران: سازمان بازرسی کل کشور.
- ساسان گهر، پرویز و ایران نژادپاریزی، مهدی. (۱۳۷۳). سازمان و مدیریت از تئوری تا عمل. تهران: بانک مرکزی.
- صادقی، حسین. (۱۳۸۶). قانون اساسی. انتشارات حقوق اسلامی، چاپ سوم.
- عاصمی‌پور، محمدجواد. (۱۳۷۶). نظارت از دیدگاه نظری و ارزیابی عملکرد دستگاه‌های نظارتی جمهوری اسلامی. مجموعه مقالات نخستین همایش علمی و پژوهشی نظارت و بازرسی در کشور. تهران: سازمان بازرسی کل کشور.
- کونتز، هرولد و همکاران. (۱۳۷۷). اصول مدیریت. (محمدعلی طوسی و دیگران، مترجم). جلد دوم. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- معلوف، لوئیس. فرهنگ عربی به عربی «المنجد» (۱۹۹۴). بیروت: دارالمشرق، چاپ سوم.

۲۴ فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال اول، شماره چهارم، زمستان

(۱۳۹۰)

- موسی‌خانی. (۱۳۷۶). نظارت و کنترل با کدام رویکرد؛ روندگرایی یا نتیجه‌گیری؟. مجموعه مقالات نخستین همایش علمی و پژوهشی نظارت و بازرسی در کشور. تهران: سازمان بازرسی کل کشور.

- نصراللهی، اکبر. (۱۳۸۹). مدیریت پوشش خبری بحران در رسانه‌های حرفه‌ای. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- نصراللهی، اکبر. (۱۳۹۰). اصول خبرنگاری. تهران، چاپ نهم: انتشارات سروش.

ب. منابع انگلیسی و سایت‌های اینترنتی

1)Fowler,Roger. (2204). **“Language in the News”, simultaneously published in the USA and Canada**, Routedge.

2)Pringle & star. (2006). **”Electronic media management”**, focall press.

3)BASIC News Writing, Wikipedia

4)News style,Wikipedia

5) <http://jncc.defra.gov.uk/page-2268>

6) www.ifrc.org/Global/Publications/.../IFRC-ME-Guide-8-2011.pdf

7)<http://moshaveri.blogfa.com/post-4.aspx> رضا وهاب، نظارت و ارزیابی

8)<http://www.semnan-aj.ir/spjihad/default.aspx> اهمیت و ضرورت‌های ارزیابی

Monitoring and Evaluating Criteria of Media News and Political Programs

Akbar Nasrollahi (PhD)*

Abstract

In different organizations, especially media outlets, management shoulders numerous responsibilities, one of the most important of which is “monitoring”. In such organizations, prospects, strategies and goals are specified, and the timing, costs and means required to achieve them are crystallized through meticulous planning. Nonetheless, how can one rest assured that activities will be performed as planned, and objectives accomplished as managers wish?

This will not happen without precise, constant and scientific monitoring. Therefore, monitoring plays a vital role as the final step in the line of managerial duties, and how it is implemented can affect all other responsibilities of a manager. This article deals with the “nature of monitoring”, “how it differs in media and non-media organizations”, “monitoring of news and political programs”, “similarities and differences between monitoring and evaluation”, and “ standards and models of monitoring and evaluation”.

Key words: monitoring, evaluation, monitoring standards, media organizations, news, radio, television

* Assistant Professor and Faculty Member-Islamic Azad University/Tehran Central Branch Kasmani3@yahoo.com