

الگوی تاثیر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر چابک‌سازی سازمان‌های رسانه‌ای

مینو تشکری^۱، دکتر محمد دادگران^{۲*}، دکتر اکبر نصرالهی^۳

^۱دانش آموخته دکتری، گروه مدیریت رسانه دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲دانشیار، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (عهده دار مکاتبات)

^۳استادیار، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: خرداد ۱۳۹۹، اصلاحیه: آبان ۱۳۹۹، پذیرش: اسفند ۱۳۹۹

چکیده

در دنیای متغیر و پرقابلیت کنونی، یکی از عوامل مهم برای بقا و ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان‌های رسانه‌ای چابکی آنهاست. تا توانایی خود را در پاسخگویی، درک و مدیریت تغییرات و استفاده از آنها بعنوان فرصت افزایش دهند. فناوریهای نوین، بعنوان یک اهرم مهم، نقش اساسی در توسعه چابکی بازی می‌کند که بدون آن دستیابی به سرعت و انعطاف‌پذیری که از مفاهیم چابکی می‌باشد غیر ممکن خواهد بود. تحقیق حاضر برآنست تا با استفاده از روش آمیخته (تحلیل محتوای کمی + پیمایشی) به تبیین نقش و جایگاه اتوماسیون، یکی از فناوریهای نوین ارتباطی، در چابک‌سازی سازمان‌های رسانه‌ای و ارائه الگویی برای تاثیر اتوماسیون بر چابک‌سازی پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق اساتید دانشگاه در رشته مدیریت رسانه و ارتباطات، کارکنان و مدیران فعال و بازنشسته سازمان صدا و سیما هستند. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه و پرسشنامه می‌باشد. به منظور بررسی و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوای کمی و آمارهای توصیفی و استنباطی استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد: اتوماسیون، ابزاری کارآمد برای "افزایش سرعت انجام کار"، "بهبود انعطاف‌پذیری"، "ارتقای شایستگی سازمانی" و "بهبود پاسخگویی" است. این چهار مولفه از الزامات تعالی سازمانی نیز هست که بطور مستقیم بر چابک‌سازی سازمان موثرند. و در نهایت فرضیه اصلی تحقیق که وجود ارتباط میان اجرای سامانه اتوماسیون و چابک‌سازی سازمان‌های رسانه‌ای، ثابت و شکل عینی آن در الگوی جدید طراحی و ارائه گردید.

واژه‌های اصلی: سازمان‌های رسانه، فناوریهای نوین ارتباطی، چابک‌سازی، تعالی سازمان.

۱- مقدمه

چنین وضعیتی اصلاحات عمده‌ای در چشم‌انداز و استراتژی سازمانها، اولویتهای کسب و کار، ساختار سازمانی، فرآیندهای انجام کار و بازبینی مدل‌های سنتی و حتی معاصر می‌طلبد. به عبارتی رویکردها و راه‌حلهای گذشته دیگر قابلیت و توانایی خود را برای رویارویی با چالشهای سازمانی و محیط بیرونی از دست داده‌اند و بهتر است با رویکردها و دیدگاههای جدید جایگزین شوند. بنابراین این سازمانها به شماری از قابلیت‌های متمایز نیازمندند [۱۴] این قابلیت‌ها چهار عنصر اصلی را شامل می‌شوند که به عنوان مبنای حفظ و توسعه چابکی به شمار می‌روند:

- پاسخگویی که به توانایی تشخیص تغییرات و واکنش سریع و بهره‌جویی از آنها اشاره دارد.
- شایستگی که بر توانایی کسب هدفها و مقاصد سازمان دلالت می‌کند.
- ۳- انعطاف‌پذیری و قابلیت سازگاری که عبارتست از: توانایی برای جریان دادن به فرایندهای مختلف و کسب هدفهای مختلف، با استفاده از تسهیلات یکسان.

یکی از مهمترین فاکتورهای بقا و پیشرفت سازمانهای رسانه‌ای در محیط پویای امروزی، چابکی آنها میباشد. ویژگی اساسی محیط پویا تغییر و عدم اطمینان است. در چنین محیطی عملکرد سازمانها باید بگونه‌ای باشد تا ضمن حفظ موقعیت خود در محیط، حداکثر منفعت را از تغییرات ببرند. چابکی به معنای توانایی پاسخگویی و واکنش سریع و موفقیت آمیز به تغییرات محیطی است. چابکی توانایی سازمان برای عرضه محصولات و خدمات با کیفیت بالا را ارتقا می‌دهد و در نتیجه عامل مهمی برای افزایش بهره‌وری سازمان است. یکی از مهمترین وظایف برای سازمان‌ها، مدیریت نمودن تغییرات و عدم اطمینان هاست. چابکی توانایی یک سازمان در فهم تغییرات سازمانی و واکنش کارا و اثربخش در برابر آن است.

سازمان‌های رسانه‌ای نیز بدلیل آنکه نیازهای مخاطبان دائم در حال تغییر است و تغییرات تکنولوژیکی (سخت‌افزاری و نرم‌افزاری) شتاب دارد، نیاز مبرمی به توسعه و بهبود انعطاف‌پذیری و نیز پاسخگویی دارند.

*Dadgran.m@gmail.com

- سرعت که عبارت است از توانایی انجام فعالیت‌ها در کمترین زمان ممکن.

فناوری اطلاعات نقش اساسی را در توسعه چابکی بازی می‌کند که بدون آن دستیابی به سرعت و انعطاف‌پذیری که از مفاهیم چابکی می‌باشد غیر ممکن خواهد بود [۳]. بکارگیری گسترده‌ی فاوا (فناوری اطلاعات و ارتباطات) در فرآیندهای هوشمند رسانه‌ای، همزمان با تحول در صنعت رسانه در جهان، زمینه شکل‌گیری سازمانی هوشمند را برای این نوع سازمانها با خدمات گسترده و جدید فراهم آورده است. در چنین سازمانهایی، فرایندهای یاددهی و یادگیری تقویت شده و محیط تعاملی یکپارچه برای ارتقای فناوری‌های نوین و مهارت‌های کلیدی زیرساخت‌های ارتباطی با تکیه بر فعالیت‌های گروهی و هوشمند، در عصر دانایی محور فراهم می‌شود. در نتیجه فرآیندهای رسانه‌ای نیز به بستر فناوری‌های نوینی نیاز دارد که با بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات، امکان یادگیری پیوسته را فراهم می‌نماید و فرصت‌های جدیدی را در اختیار افراد به منظور کسب تجربه سازمانی در صنعت رسانه قرار می‌دهد، به گونه‌ای که این فناوری نه تنها به عنوان ابزار، بلکه در قالب زیرساخت هوشمندساز و توانمندساز برای ارتقای سطح خدمات رسانی حرفه‌ای رسانه به مخاطبان عمل نماید.

ابزارهای زیادی در چابک سازی سازمانها نقش دارند. همین امر موجب شده تا سازمانها به سامانه‌هایی روی آورند که بتوانند این امر را تحقق دهند. یکی از این سامانه‌ها، سامانه اتوماسیون است. بوسیله سامانه اتوماسیون می‌توان بسیاری از موارد مانند استفاده از تکنولوژی و سخت‌افزار مناسب و مدرن، استفاده از سیستم انعطاف‌پذیر، پی‌ریزی یک سیستم تولید مجازی، استفاده از تکنولوژی اطلاعات و سیستمهای اطلاعاتی را پوشش داد. همچنین اتوماسیون از دسته ابزارهایی است برای خودکارسازی محیط کاری در جهت اهداف مشخص و با یک طراحی مهندسی از پیش سفارش شده است که موجب ایجاد کارایی حداکثر و انعطاف‌پذیری در مقابل تغییرات اساسی در یک سازمان می‌شود و همینطور سامانه اتوماسیون قابلیت سازگاری مجدد با پاره‌ای از تغییرات از پیش دسته‌بندی شده را دارد و با استفاده از الگوهای معینی قابلیت انعطاف‌پذیری با تغییرات متناسب با محیط را برای یک سازمان فراهم می‌کند که موجب ایجاد بیشترین کارایی در کمترین زمان ممکن در ارائه محصول و خدمات می‌شود. نتیجه اینکه تکنولوژیهای نوین یکی از راههای تحقق این مولفه‌ها در سازمان های رسانه ای است و اتوماسیون یکی از این تکنولوژیهای راهبردی است.

طی این تحقیق تلاش می‌کنیم تا به این سوال پاسخ دهیم: فناوریهای نوین چه تاثیری در چابک سازی سازمان رسانه‌ای دارد و چه الگویی می‌توان ارائه داد؟

برای یافتن پاسخ این سؤال به بررسی وضعیت مولفه‌های موثر بر چابک سازی در رسانه و تاثیر بکارگیری فناوریهای نوین (اتوماسیون) بر این مولفه‌ها می‌پردازیم. یعنی:

آیا بکارگیری اتوماسیون باعث بهبود انعطاف‌پذیری سازمان رسانه‌ای می‌شود؟

آیا بکارگیری اتوماسیون باعث بهبود پاسخگویی سازمان رسانه‌ای می‌شود؟

آیا بکارگیری اتوماسیون باعث ارتقاء شایستگی سازمان رسانه‌ای می‌شود؟

آیا بکارگیری اتوماسیون باعث سرعت انجام کار در سازمان رسانه‌ای می‌شود؟

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- پیشینه داخلی

"بررسی روند فناوری در اتوماسیون‌های رادیویی و تلویزیونی" پژوهشی از علیرضا بهادری (۱۳۹۵) [۴] در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش به موضوعاتی از قبیل سابقه اتوماسیون رادیویی و تلویزیونی سازمان، کمیته ارزیابی سیاست و عملکرد سازمان در حوزه اتوماسیون، برنامه ریزی و شناسایی محصولات و شرکتها، شکاف توسعه‌ای و چرخه کاری، موج تغییرات و محصولات شاخص پرداخت و در جمع بندی و پایان به شناسایی قوت و ضعف عملکرد گذشته، شناسایی و بررسی فرصت‌ها و تهدیدات پیش رو، اجرای پایلوت و رسیدن به راهکار نهایی و تایید شده و تعمیم راهکار نهایی و تکمیل اتوماسیون رادیویی و تلویزیونی پرداخت.

"بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر چابکی سازمان" پژوهشی است از علی رضانی (۱۳۹۴) [۱۱] در دانشگاه آزاد واحد کرمانشاه است. وی با برشمردن مزایای سازمان های چابک در دستیابی به اهداف سازمانی و موفقیت در کسب و کار و دستیابی به موقعیت بهتر در بازار رقابتی و بهبود چرخه زمانی در فعالیت‌های مدیریتی، با استفاده از روش پیمایشی نقش فناوریها را در تدارک اطلاعات مورد نیاز در اهداف استراتژیک موثر و آنرا فرا تر از یک ابزار دانست. در پایان نیز ابعاد چابکی سازمان از جمله، پاسخگویی، شایستگی، انعطاف‌پذیری و سرعت مورد مطالعه قرار گرفت و تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر آنان بررسی شد.

"بررسی تاثیر کاربرد فناوری اطلاعات بر چابکی سازمانی و چابکی نیروی کار" پژوهشی است از رضا جاویدی (۱۳۹۴) [۵] در دانشگاه پیام نور است. در این پژوهش با مشخص شدن تاثیرات کاربرد فناوری اطلاعات بر برخی از جنبه‌های سازمانی، فردی و اجتماعی کارکنان و سازمان و با برشمردن ابعاد سه گانه چابکی نیروی کار شامل پیش کنشی، سازگاری و تاب آوری به روش پیمایشی نشان داده شد که تاثیر بیشتر فناوری اطلاعات بر چابکی سازمانی نسبت به چابکی نیروی کار می‌باشد و کاربرد فناوری اطلاعات هم بر چابکی سازمانی و هم چابکی نیروی کار تاثیر مثبت و قوی دارد.

۱. "بررسی و مقایسه سیستم های اتوماسیون تلویزیونی" پژوهش حسین امید (۱۳۹۳) [۲] در دانشگاه صدا و سیما است. در این

تله تکست، زیرنویس و لوگوهای تبلیغاتی را مانند شبکه های ای-فیلیم، تماشا، شما، نسیم و نمایش (مستقر در ساختمان ۱۲ اسفند) ضروری دانستند که مستلزم حرکت مدیریت شبکه های تلویزیونی به سمت شبکه های اتوماسیونی (پیاپی سازی سیستم مکانیزه تولید و پخش تلویزیونی) است.

"طراحی اتوماسیون رادیو و پیاپی سازی متادیتا" پژوهشی از علی خدایاری و مسعود کمالی (۱۳۸۷) [۸] در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش به معایب سیستم آنالوگ، روش سنتی و قدیمی انتقال پیام و عدم امکان پشتیبانی از سیستم های مبتنی بر نوار می پردازند و با تحلیل شیوه ارائه یک طرح اتوماسیون (یکی از اتوماسیون) و همچنین برشمردن مزایای اتوماسیون از قبیل افزایش سرعت، انعطاف پذیری، یکپارچگی فرآیند تولید و پخش برنامه ها، آرشیو و مدیریت منابع، جایگزین کردن اتوماسیون رادیو بجای روش سنتی و قدیمی را یک ضرورت دانستند.

۲-۲- پیشینه خارجی

"چالش ها و فرصت های سیستم های اتوماسیون" پژوهشی از الیور لئونارد^۳ و دیتر شرام^۴ (۲۰۱۷) [۲۶] در دانشگاه دویسبورگ - اسن^۵ آلمان است. در این پژوهش ضمن برشمردن مزیت های استفاده از اتوماسیون (مانند سرعت گردش کار، دورکاری، نگهداری سوابق، گزارشگیری و ...)، بیشتر به چالش های پیش روی سازمانها در استقرار این گونه سیستم ها پرداخته شده (مانند انتخاب سیستم های پیچیده ناکارآمد، عدم وجود نوآوری های روز در سیستم های اتوماسیون، رابط کاربری مناسب، ضریب امنیت و ...) و راهکارهایی که در تقابل با این چالش ها ارائه شده است عبارتند از: تحلیل جامع و چابک برای انجام فرایندهای کار بجای تحلیلهای قدیمی و طولانی، تعریف و تجدید سطوح دسترسی تا ریزترین جزئیات به منظور جلوگیری از بوروکراسی سنتی، رعایت اصول استاندارد رابط کاربری و واگذاری آن به خود کاربر، افزایش قابلیت سیستم برای جلوگیری از هر گونه حک و یا حمله سایبری.

"سیستم های اتوماسیون و افزایش کارایی سازمانها" پژوهش از دونالد ویس^۶ (۲۰۱۷) [۳۴] در مرکز تحقیقات ای بی بی^۷ آلمان است. وی ابتدا اتوماسیون را اینگونه تعریف می کند: اتوماسیون سیستمی برای تولید مستمر با فرایندهای مجزا ولی به هم پیوسته است به گونه ای که تمام اجزا در سلسله ای قرار می گیرند که به صورت خودکار با یکدیگر پیوستگی کامل دارند. با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیق که به روش آمیخته انجام شد، علت افزایش کارایی سازمانها را استفاده بهتر از زمان، افزایش بازده مدیریت با تصمیم گیری بهتر، افزایش بازده

پژوهش اتوماسیون را یک سیستم مجتمع و یکپارچه مبتنی بر شبکه های کامپیوتری دانست که کلیه فرآیندهای مربوط به تولید و پخش برنامه های صدا و تصویر به همراه اطلاعات جانبی آنها از طریق یک سیستم کامپیوتری در دسترس کاربران قرار می گیرد. وی مزایای استفاده از ویژگی های سیستم های دیجیتال مثل سرعت، انعطاف پذیری، یکپارچگی فرآیند در تولید، پخش، آرشیو و مدیریت آنها را موجب کاهش زمان تولید برنامه، افزایش بهره وری و کاهش چشم گیر هزینه ها دانست و سیستم های مختلف اتوماسیون تلویزیونی را با یکدیگر مقایسه کرد.

"چالش های پیش روی اتوماسیون های تولید و پخش" پژوهش میثم باقری (۱۳۹۳) [۳] در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش به چالش ابعاد و کارکرد اتوماسیون مانند اینجست^۱ صدا تصویر، پلی آوت^۲ صدا و تصویر، مدیریت حقوق کاربران، مانیتورینگ سیستم، ثبت وقایع و گزارشگیری، مدیریت فرآیند، سازماندهی محتوا و ...، به چالش مدیریت فرآیند تولید و پخش محتوا پرداخت و همچنین چالش های استاندارد سازی را مهم دانست و به مواردی مانند اهمیت استفاده از استانداردها، تضمین کیفیت نرم افزار، افزایش بهره وری تیم پروژه، کاهش زمان چرخه توسعه، افزایش رقابت و سودآوری، افزایش روحیه توسعه دهندگان پرداخت.

"چرخه اتوماسیون تلویزیونی (تولید، پخش و آرشیو)" پژوهش سعید اسکندری (۱۳۹۳) [۱] در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش با اشاره به موضوع ورود سیستم های کامپیوتری به صنعت رسانه، خاطر نشان کردند که گسترش روزافزون امکانات سیستم های کامپیوتری، نظیر سهولت ساخت فایل های حجیم با کیفیت بالا و امکان ذخیره سازی آنها و همچنین گسترش توسعه و رشد سریع و چشمگیر امکانات و قابلیت شبکه های کامپیوتری و ارتباطات و انتقال داده بر روی باند عریض در کمترین زمان در فرآیندهای تولید، پخش و آرشیو محتوای رادیویی و تلویزیونی را محصول تلاقی علم فناوری اطلاعات و صنعت رسانه های نوین صدا و تصویر دانستند.

"مستند سازی فرآیند پیاپی سازی اتوماسیون تلویزیونی تولید و پخش در ساختمان ۱۲ اسفند سازمان صدا و سیما" پژوهشی از داود کهزادی و غلام رضا مهرانی (۱۳۹۲) [۱۵] در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش ضمن توجه به نیاز جامعه و تقاضای روزافزون برای تماشای سریال و فیلم های مختلف، ایجاد یک شبکه تلویزیونی تخصصی کم هزینه از نوع فیلم و سریال با برنامه های جذاب و با مزامین اجتماعی و فرهنگی و با امکانات مختلف و متنوع دیگر مانند

3 - Oliver Lenord
4 - Dieter Schramm
5- Duisburg-Essen
6 - Roland Weiss
7 - ABB

^۱ اینجست (Ingest) اصطلاحی است برای تبدیل فرمت آنالوگ به فرمت دیجیتال.

^۲ پلی آوت (PlayOut) اصطلاحی است برای مخابره کانال های رادیویی یا تلویزیونی از پخش کننده به شبکه های پخش که محتوا را به مخاطب تحویل می دهند.

در سال ۲۰۰۹ رسانه ردبی با احداث یک فضای پلی آوت بزرگ مرکزی جدید دو نیاز عمده ۱- تامین پیوند بصری بین کارگردانان شبکه و گوینده های برنامه ها در واحدهای مجزا و ۲- ساخت یک رابط برای سامانه اتوماسیون به منظور دریافت و نمایش اطلاعات پیاپی و مرتبط برای بیش از ۲۰ کانال به صورت همزمان، را برطرف کرد. هدف بسیاری از شبکه های پخش، جریان های کاری بدون نوار بود. و ساخت و انتقال محتوایش را در یک محیط کاملا مبتنی بر فایل شروع و با آغاز اتوماسیون مزایای این نوع کار کردن را تجربه کرد.

رسانه بی بی سی

در سال ۲۰۰۴ بی بی سی تصمیم گرفت برخی از عملیات های پخش خود را به شهرک رسانه ای در سالفورد کوایز، با هدف تشکیل معاونت بی بی سی شمال و تبدیل شهرک رسانه ای به یکی از مهمترین مراکز تولید رسانه و پخش در کشور، انتقال بدهد. بچه های بی بی سی، پژوهش بی-بی سی و رادیو بی بی سی ۵ زنده در سال ۲۰۱۲ به مرکز رسانه جدید منتقل شدند [۱۷].

از دلایل نقل مکان به سالفورد می توان به منفعت رسانی خلاقانه، منابع حاصل از کسب اعتبار، منابع اقتصادی، ارزش آفرینی مالی اشاره کرد. مزایای آن عبارتند از: سرویس رسانی بهتر به مخاطبان در شمال انگلستان، افزایش کیفیت محتوا و استفاده از فناوری و روشهای جدید کار و ارائه مزایای اقتصادی و سایر مزایا به آن منطقه (شمال انگلستان) بود [۱۹]. بی بی سی ورزشی هم به یک مرکز پخش ورزشی منسجم عمده تبدیل شد که از تکنولوژی رسانه و پخش دیجیتال پیشرفته بهره می برد.

زددی اف آلمان

زددی اف در فوریه ۲۰۱۰، همزمان با شروع بازبهای المپیک زمستانی در ونکوور، استودیوهای خود را به فناوری های اطلاعاتی تجهیز کرد تا برای ۳۶۵ روز پخش محتوا داشته باشند. از این طریق سیستم پلی آوت روی کانال تئاتر زددی اف^{۱۵}، نوزددی اف^{۱۶}، زددی اف آی فو^{۱۷}، و زددی اف و برنامه های روی ماهواره ۳ را اداره می کرد و تمام سیستم های پخش بوسیله اتوماسیون کنترل می شدند. سیستم نرم افزار جستجوی اخبار نیز به عنوان بخشی از این پروژه به آن اضافه شد. علاوه بر آن همه امکانات فنی مورد نیاز مشتری طراحی، ساخت و در سایت نصب شد [۱۷].

آنچه که از مطالب بالا می توان نتیجه گرفت این است که بیشتر رسانه های دنیا سعی می کنند با بکارگیری یک سیستم مجتمع و یکپارچه مبتنی بر شبکه های کامپیوتری مانند سامانه اتوماسیون، با مدیریت فرآیندهای مکاتبات اداری و همچنین تولید، پخش، آرشیو محتوا، از طریق تسریع در روش انتقال داده ها، انعطاف پذیری، یکپارچه سازی فرآیندهای آنها، با کاهش زمان تولید برنامه، هزینه ها و نیروی انسانی به

عملکرد بهتر افراد، اثر بخشی بیشتر با استفاده از اطلاعات موجود در محیط سازمان، خودکارسازی، تلفیق بخشی از عملیات و تغییر توالی عملیات کار برشمرد.

"ویژگی های یک سیستم اتوماسیون خوب" پژوهشی از ساموئل توماسون^۸ (۲۰۱۶) [۲۲] در دانشگاه لاند^۹ سوئد است. وی با برشمردن نگرانی های افراد، سازمانها و شرکتهای برای سفارش، خریداری و استقرار یک سیستم مناسب، مانند کاربردی بودن سیستم، جلوگیری از واکنش منفی کاربران، پوچ بودن ادعاهای شرکتهای ارائه کننده، با استفاده از روش آمیخته مهم ترین ویژگی هایی که باید در انتخاب یک سیستم اتوماسیون خوب و مناسب در نظر گرفت را عنوان کرد: سازگاری و یکپارچگی (امکان تبادل اطلاعات با سایر سیستم های داخل و خارج موسسه، بایگانی متمرکز، مدیریت گردش کار)، انعطاف پذیری (انطباق سیستم اتوماسیون با اهداف، نیازها و کاربران، بهینه سازی فرایندها و گردش کار، امکان اعمال تغییرات زودهنگام)، امنیت اطلاعات (امکان تعیین دسترسی، استفاده از قفل سخت افزاری، امکان تعریف پروفایل امنیتی).

"ارتباط سیستم اتوماسیون با بهره وری کارکنان" پژوهشی از مارک گرچانیک^{۱۰} (۲۰۱۵) [۲۴] از دانشگاه ایلینوی^{۱۱} شیکاگو است. در این پژوهش آمده است اتوماسیون موجب تسهیل فرایند انجام کار می شود که همانا به افزایش بهره وری منابع انسانی و در نتیجه رضایت ارباب رجوع می انجامد. بهره وری منابع انسانی با دو شاخص کارایی و اثربخشی سنجیده می شود. با بکارگیری اتوماسیون می توان یک سیستم یکپارچه گردش اطلاعات فراهم کرد که از طریق آن نیازهای سازمان، مخاطبان/مشتریان تأمین می شود. نتایج تحقیق که به روش دلفی انجام شد نشان داد که استفاده از سیستم اتوماسیون باعث افزایش محصول یا بازده، صرفه جویی در وقت و یا نیروی کار، تبدیل اطلاعات از یک شکل به شکل دیگر، سازمان دهی بهتر کارکنان به منظور افزایش رضایت شغلی آنها می شود.

۲-۳- بررسی استفاده از اتوماسیون در برخی از رسانه ها

رسانه ردبی^{۱۲}

مرکز پخش ردبی در وایت سیتی لندن به تهیه امکانات پلی آوت مرکزی برای شبکه های پخش بریتانیا اختصاص دارد (شرکت آی پی ای^{۱۳}، ۲۰۰۹). این مرکز که به صورت سفارشی در ۲۰۰۳ ساخته شد، مشتریانش بی بی سی، بی بی سی اچ دی، کانال ۵، رسانه ویرجین^{۱۴} و کانال ۴ هستند.

8 - Samuel Thomasson

9 - Lund University

10 - Mark Grechanik

11 - Illinois University

۱۲- شرکت مدیریت رسانه در انگلستان Red Bee

13 - ipe

14- Virgin Media

15 -ZDF Theater

16 -ZDF Neo

17 -ZDF Ifo

سختی و یا آسانی انجام رفتار است و شامل فاکتورهای خارجی (مانند زمان، فرصت ها، منابع و ...) و فاکتورهای داخلی (مانند: تواناییها، مهارت ها و فشارها) است. کنترل رفتاری درک شده، بر هر دوی متغیرهای تمایل و رفتار، اثرگذار است. دلیل عقلی که در وجود متغیر کنترل رفتاری درک شده وجود دارد اینست که به پیش بینی رفتارهایی که تحت کنترل ارادی کامل نیستند، کمک می‌کند. هرچه افراد تصور کنند که دارای منابع و فرصت های لازم بیشتری هستند و از طرفی موانع کمتری را انتظار داشته باشند، کنترل بیشتری را بر رفتار خود درک می‌کنند. شاید بتوان کنترل رفتاری درک شده را همانند مفهوم خود-کارآمدی بندورا (۱۹۸۶) دانست. منظور از این دو مفهوم، توانایی فرد برای انجام دادن یک فعالیت است و این که تا چه اندازه یک فرد توانایی انجام یک فعالیت را در خود احساس می‌کند. باور به خود-کارآمدی بر مواردی نظیر توسعه فعالیت‌های شغلی، قابلیت های حرفه‌ای و عملکرد شغلی افراد تأثیر می‌گذارد [۲۲].

۳-۲- ساختار سازمانی

ساختار سازمانی چهارچوب روابط حاکم بر مشاغل، سیستم ها و فرایندهای عملیاتی و افراد و گروه‌هایی است که برای نیل به هدف تلاش می‌کنند [۲۴]. مجموعه راه‌هایی است که کار را به وظایف مشخص تقسیم می‌کند و هماهنگی میان آنها را فراهم می‌کند. ساختار، توزیع قدرت در سازمان را نشان می‌دهد و صرفاً یک سازوکار هماهنگی نیست بلکه فرایندهای سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ساختار سازمانی به الگوهای روابط درونی سازمان، اختیار و ارتباطات دلالت دارد. و روابط گزارش دهی، کانال های ارتباط رسمی، تعیین مسئولیت و تفویض اختیار تصمیم‌گیری را روشن می‌کند. به وسیله ساختار سازمانی عملیات و فعالیت های داخل سازمان، آرایش می‌یابد و خطوط مسئولیت و اختیار مشخص می‌شود [۲۰].

اگرچه مفهوم ساختار سازمانی یک حقیقت است و بر هر کسی در سازمان اثر می‌گذارد و همه به نوعی با آن سروکار دارند، ولی کم و بیش مفهومی انتزاعی است. سنگ زیرین ساختار، نقشهای افراد در سازمان و الگوی روابط میان نقشها، ساختار سازمانی را شکل می‌دهد، بنابراین ساختار را می‌توان انتظارات موجود از هر نقش و ارتباط میان آنها دانست. این نقش‌ها اغلب بوسیله شرح پست‌ها و شرح شغل‌ها و اسناد مکتوب که حوزه مسئولیت و دامنه فعالیت هر شغل را مشخص می‌کنند، جنبه قانونی می‌یابد [۲۵].

۳-۳- ساختار سازمان های رسانه ای

برای کشف ساختار سازمان‌ها نیاز به شناخت عناصر اصلی و عمده‌ای هست که کلیت مورد نظر را شکل می‌دهند. این کلیت نه تنها در بر گیرنده یک سازمان است بلکه در بر گیرنده عنصر یا عناصر عمده دیگری نیز می‌باشد که رابطه پایدار میان آن‌ها و سازمان مورد مطالعه وجود دارد؛ بطوری که هر تغییری در آن‌ها موجب تغییر در عوامل عینی شکل

افزایش بهره‌وری دست یابند. بنابراین سازمان های رسانه ای نیز می‌توانند با بکارگیری یکی از فناوریهای نوین، مانند اتوماسیون، و ایجاد بستری مناسب جهت رشد و تعالی صنعت رسانه، بهره‌وری خود را افزایش دهد و در چنین محیطی به رقابت با دیگر سازمانهای رسانه‌ای ادامه دهند.

تمام تحقیقاتی که در بالا درج شده در خصوص سامانه اتوماسیون در سازمان صدا و سیما و دیگر رسانه های جهان است. این تحقیقات با دقت زیاد و بطور کاربردی به موضوع برنامه‌ریزی، پیاده‌سازی و پشتیبانی این فناوری می‌پردازد. اما تنها با رویکرد فنی به موضوع پرداخته اند. در مقاله حاضر، با رویکرد چابک‌سازی رسانه به موضوع پرداخته می‌شود و سعی بر آنست تا موضوع اتوماسیون را از منظر تسهیل و تسریع ارتباطات سازمانی مورد بررسی قرار دهیم که در نوع خود بدیع است.

۳- چارچوب نظری پژوهش

۳-۱- نظریه رفتار برنامه ریزی شده

نظریه رفتار برنامه ریزی شده [۲۱] به عنوان یکی از تأثیرگذارترین و رایج‌ترین چارچوب های مفهومی برای مطالعه عمل انسانی (رفتار)، مطرح گردیده است. آژن، این نظریه را در سال ۲۰۰۵ با تشریح ارتباط متقابل بین سه متغیر اثرگذار بر تمایل، توسعه داد [۲۳]. بر اساس این نظریه، تمایل به عنوان پیش‌آیند بلافاصله رفتار در نظر گرفته شده و تابعی از سه متغیر است: (۱) نگرش در جهت رفتار؛ (۲) هنجارهای ذهنی، (۳) کنترل رفتاری درک شده.

نگرش به عنوان یکی از ابعاد تعیین کننده رفتار اجتماعی، به دو مؤلفه انتظار فایده و ارزیابی فایده، تجزیه می‌شود. انتظار فایده به معنی آنست که یک شخص تا چه حد از یک پدیده انتظار فایده دارد. ارزیابی فایده به نسبت روشن است و طی آن شخص ارزیابی می‌کند که آیا آن پدیده برای او فایده دارد یا نه. بنابراین "نگرش در جهت رفتار" اشاره به درجه مطلوبیت یا عدم مطلوبیت رفتار مورد ارزیابی فرد دارد. اینطور فرض شده است که نگرش کلید درک رفتار انسانی است. مطالعات اخیر در مورد ساختار نگرش، هیچ دلیل برای تردید در این فرض باقی نمی‌گذارد [۲۲].

متغیر دوم، هنجارهای ذهنی است، بدین معنا که تا چه اندازه فرد برای انجام رفتار خاصی از سوی جامعه احساس فشار یا تأکید می‌کند. به عبارت دیگر برای شخص مهم است که جامعه، چه برداشتی از رفتار مورد نظر وی داشته باشد. در مورد بسیاری از رفتارها، این مراجع اجتماعی مهم شامل والدین شخص، همسر، دوستان نزدیک، همکاران، و بسته به رفتار مورد نظر، شاید متخصصانی مانند پزشکان یا حسابداران مالیاتی باشند.

متغیر سوم به عنوان یکی از پیشگو کننده‌های ضروری در رفتار بشمار می‌رود. فی الواقع کنترل رفتاری درک شده به معنی درک فرد از میزان

اندازه سازمان: عبارت است از اندازه بزرگی آن که به صورت تعداد افراد یا کل دارایی و یا کل فروش مشخص می شود.

تکنولوژی سازمان: عبارت است از ماهیت زیر سیستم تولید، شامل عملیات و روش های فرایند تولید می شود.

اهداف و استراتژی سازمان: اهداف و شیوه های رقابتی که موجب تفاوت با دیگر سازمان ها و مؤسسات می شود.

فرهنگ: مجموعه ارزش ها، باورها، هنجارها و تفاهم هایی است که سازمان در آن ها با کارکنان وجه مشترک دارد.

در ادبیات و منابع علمی مدیریتی از محیط هم به عنوان یکی از عوامل محتوایی نام برده شده است. محیط شامل مجموعه عواملی است که از بیرون سازمان را احاطه کرده و بر همه ابعاد آن تأثیرگذار است؛ لذا باید در بررسی ساختار سازمان یک رسانه به عنوان یک عنصر اصلی در بیرون سازمان و نه عنصری در کنار و همراه دیگر عناصر درون سازمانی، مورد بحث قرار گیرد.

۳-۱-۳-۲- نوع رسانه

ماهیت و نوع رسانه تأثیر شگرفی بر ساختار سازمان رسانه ای دارد. از اولین تقسیمات ذات گرایانه شاید بتوان به مطالعات مک لوهان اشاره کرد. تقسیم بندی رسانه ها به رسانه های سرد و گرم یا جمله معرف او که رسانه پیام است، حاکی از نگاهی ذات گرایانه و پذیرش جبرگرایی تکنولوژیکی است. شاید به همین دلیل نمی توان انتظارات یکسانی از سازمان های رسانه ای مختلف داشت. رسانه های مکتوب با رسانه های صوتی و تصویری متفاوت اند. میان رسانه های سنتی با رسانه های جدید تفاوتی به عظمت تاریخ وجود دارد. تفاوت در نوع رسانه موجب تفاوت در «ساختار» می شود.

۳-۱-۳-۳- محیط بیرونی

تحلیل های جامعه شناسان از سازمان ها؛ بر اساس محیط اجتماعی که آن ها را در بر گرفته، انجام شده است. این دیدگاه بر این عقیده است که محیط پیرامونی محدودیت ها و الزام و اجباری را بر آن سازمان ایجاد می کنند. از این جهت سازمان های مشابه به دلیل تفاوت محیط پیرامونی دارای ساخت های متفاوتی هستند. در حقیقت ساختار واقعی سازمان رسانه ای با وجود این عنصر قابل تصور و فهم است. امروزه محیط رسانه ها محیط بسیار رقابتی و فشرده ای است. عوامل و عناصر متعددی شکل دهنده این محیط هستند. از این جهت سپهر رسانه ای جهانی یا ملی و محلی سپهر رقابتی شدیدی است. محیط بسیار رقابتی رسانه ها باعث می شود مدیران همواره در پی تحلیل درستی از رقبا باشند. بسیاری از سازمان های رسانه ای برای تدوین استراتژی های خود؛ شناخت رقبا را بسیار جدی می گیرند. زیرا ممکن است رقبا بالفعل و بالقوه بتوانند محصولات و خدمات خود را جایگزین فعالیت های آن سازمان نمایند [۱۲].

محیط شامل کلیه عناصر و عواملی است که در خارج از سازمان قرار دارد

دهنده سازمان نیز می شود. هر سازمان را اگر یک سیستم بسته ای در نظر بگیریم ساختار شکلی آن مطابق تعریف علم مدیریت عناصر عینی شکل دهنده آن خواهد بود. اما اگر سازمان را یک سیستم باز در نظر بگیریم، که این چنین است، در این صورت نمی توان عناصر اصلی و مهم خارج از سیستم که هم واقعیت عینی را می سازند و هم واقعیت مجرد و ذهنی برآمده از روابط ثابت و پایدار میان این عناصر را بوجود می آورند، نادید گرفت.

۳-۱-۳-۳- عوامل اصلی ساختاری در سازمان های رسانه ای

ساختار سازمان های رسانه ای تحت تأثیر سه عنصر اصلی شکل می گیرد. بین این سه عنصر رابطه دیالکتیکی وجود دارد. این ساخت بر تمام فعالیت های درون سازمانی و بیرون سازمانی تأثیرگذار است. بطوری که تغییر در هر کدام موجب تغییر کامل در دیگر عناصر و در نتیجه در شکل و نوع فعالیت سازمان رسانه ای می شود. این سه عبارتند: ۱- سازمان رسانه ای ۲- نوع رسانه ۳- محیط بیرونی

۳-۱-۳-۳-۱- سازمان رسانه ای

هر سازمان را می توان در ساختار شکلی آن معرفی کرد که شامل دو بعد است که هر بعد با مجموعه عناصری گروه بندی می شود. این دو بعد بر روی یکدیگر اثرگذار هستند و در نهایت می تواند موجب درک عینی ما از آن سازمان شود.

الف - ابعاد شکلی^{۱۸}

این مفهوم در ادبیات مدیریتی با ابعاد ساختی یا ساختاری مطرح شده است. در اینجا برای جلوگیری از بروز اشتباه در درک ساختار سازمانی که در مفهومی وسیع تر از ادبیات مدیریتی بکار گرفته شده از اصطلاح ابعاد شکلی استفاده شده است. ابعاد شکلی بیان کننده ویژگی های درونی یک سازمان هستند که می توان بوسیله آن ها سازمان ها را اندازه گیری و با هم مقایسه کرد و شامل هشت مورد است که عبارتند از: ۱- درجه رسمی بودن ۲- نوع تقسیم کار و تخصصی بودن ۳- دارا بودن استاندارد در اجرای فعالیت ها ۴- نحوه سلسله مراتب اختیارات ۵- درجه پیچیدگی ۶- میزان تمرکز ۷- درجه حرفه ای بودن سازمان ۸- نسبت کارکنان یا پرسنلی که عبارت است از تقسیم تعداد کارکنان یک گروه بر کل تعداد کارکنان.

ب - ابعاد محتوایی^{۱۹}

معرف کل سازمان و جایگاه آن هستند و بر ابعاد شکلی اثر می گذارند. ابعاد محتوایی می توانند مبهم باشند، زیرا نشان دهنده سازمان و محیطی هستند که ابعاد شکلی در درون آن قرار می گیرند. ابعاد سازمان بر یکدیگر رابطه متقابل دارند و برای رسیدن به اهداف سازمانی آن ها خود را با یکدیگر وفق می دهند.

18 -Format dimensions

19 -Contextual dimensions

		کنندگان، نوآوری محرک مشتری، رضایت مشتری، تعاون و همکاری برای افزایش رقابت پذیری
۸	منابع انسانی	قدرت دادن به کارکنان، چرخش شغلی، غنی-سازی شغلی، استقلال در تصمیم گیری، دسترسی به دانش و اطلاعات، کار تیمی، تیمهای چند وظیفه‌ای، آموزش و توسعه نیروی انسانی، ابتکار فردی

* (با توجه به بودجه و زمان در دسترس محقق، در این تحقیق چهار شاخص از مجموع شاخصهای جدول بالا مورد نظر سنجی قرار گرفته است).

در بازار رقابتی عصر حاضر، نیاز مبرمی به چابک سازی سازمان ها وجود دارد تا در حین توسعه سازمان ها، موجب انعطاف پذیری و پاسخگویی هر چه بیشتر آنها شود. از آنجا که سرعت و دقت از مولفه های اساسی کار رسانه ایست، بکارگیری اتوماسیون شرط لازم برای تحقق چابک سازی سازمان های رسانه بشمار می آید. استفاده از اتوماسیون راهکاری ضروری برای تسریع و تسهیل ارتباطات سازمانی و همچنین فرایندهای کلان در این نوع سازمان ها است.

۳-۷- فناوریهای نوین ارتباطی

فناوریهای نوین ارتباطی عبارتند از: مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، حمایت یا مدیریت سیستم های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه به ویژه برنامه های نرم افزاری و سخت افزاری. هرگونه ابزار اختراعی که توانایی های جسمی یا فکری انسان را افزونتر یا تقویت کند، فناوری تلقی می شود از این دیدگاه، فناوریهای نوین ارتباطی به مجموعه ای از امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، شبکه ای و ارتباطی به منظور دستیابی مطلوب به اطلاعات اطلاق می شود. با توجه به مهم ترین ویژگی فناوریهای ارتباطی یعنی نحوه ذخیره سازی، پردازش، ارائه و انتقال اطلاعات، فناوری نوین ارتباطی به مجموعه ای گفته می شود که امکان انجام عملیات مذکور را از طریق محیط های انتقال (شبکه ای و ارتباطی) فراهم نماید. بدون تردید فناوریهای نوین ارتباطی تحولات گسترده ای را در تمامی عرصه های اجتماعی و اقتصادی بشر به دنبال داشته و تاثیر آن بر جوامع شهری به گونه ای است که جهان امروز به سرعت در حال تبدیل شدن به یک جامعه اطلاعاتی است. جامعه ای که در آن دانایی و میزان دسترسی و استفاده مفید از دانش، دارای نقش محوری و تعیین کننده است.

۳-۷-۱- اتوماسیون

اتوماسیون عبارت است از متصل کردن اجزای اطلاعاتی بخش های مختلف یک سازمان در قالب یک بستر نرم افزاری تا انتقال اطلاعات، آمارها و دستورالعمل ها به صورت کاملا یکپارچه و آسان انجام پذیرد و در نتیجه طبقه بندی، تبادل، تنظیم و تصحیح اطلاعات درون سازمانی تسریع شود. از مزایای دیگر استفاده از اتوماسیون ها می توان به افزایش ضریب امنیت در نگهداری و پشتیبان گیری از اطلاعات اشاره نمود.

"در چابکی نیروی کار اشاره به وجه انسانی چابکی کل در سازمان دارد" [۳۱].

"توانایی یک مؤسسه برای سرآمد بودن همزمان در قابلیت های کیفیت توزیع، انعطاف پذیری و هزینه به طریق هماهنگ (به پیش رفتن همزمان)" [۲۹].

"چابکی مربوط به مفاهیم رقابت، فعالیتهای کسب و کار و ساختارهای سازمانی در قرن بیست و یکم است. راهی برای تولید ناب، انعطاف پذیری و یکپارچگی سیستمهای کامپیوتری" [۲۷].

"چابک سازی یکی از عناصر و ابزارهای تعالی سازمانی است. چابک سازی به معنی توانایی سازمان در احساس، ادراک و پیش بینی تغییرات موجود در محیط کسب و کار است" [۳۲].

جدول ذیل نمایشگر شاخصها و مصادیق چابک سازی سازمانی می باشد [۱۵].

جدول (۱): طبقه بندی شاخصهای ارزیابی چابکی سازمانی

ردیف	شاخص	اجزا
۱	انعطاف پذیری	انعطاف پذیری مدل تولید، انعطاف پذیری سیستم تولید، نیروی کار منعطف، ساختار و روشهای انعطاف پذیری، مکان کاری انعطاف پذیر، استراتژی کسب و کار انعطاف پذیر
۲	پاسخگویی	پاسخگویی به تغییرات تقاضا، پاسخگویی به تغییرات محیط کسب و کار و بازار، پاسخگویی به تغییرات دستاوردهای محیطی اجتماعی، درجه انطباق اهداف کسب و کار با تغییرات
۳	فرهنگ تغییر	بهبود مستمر؛ قابلیت تغییر مرتبط با محصول، یادگیری و نوآوری، نگرش مثبت به تغییرات، مدیریت تغییرات، نظارت مستمر بر محیط داخلی و خارجی برای شناسایی فرصت و تهدیدها
۴	سرعت	یادگیری انجام وظایف و عملیات در کوتاهترین زمان ممکن، زمان عملیات، زمان تغییرات تولید، زمان تحویل کالا و خدمات، زمان یادگیری و زمان انطباق با تغییر
۵	یکپارچگی و پیچیدگی کم	یکپارچگی درون و بیرون مؤسسه، یکپارچگی افراد، تکنولوژی و سازمان، ترکیب تکنولوژی، مهارتها و شایستگیهای متضاد، تسهیل فرایند تغییر.
۶	کیفیت بالا و تولید سفارشی	کالا و خدمات با حجم اطلاعات و ارزش افزوده بالا، کیفیت در سراسر عمر محصول، تصمیم درست و به موقع، زمان کوتاه چرخه توسعه
۷	شایستگی مرکزی	قابلیت چند ریسکی، مهارت و دانش افزایش تکنولوژیها، ارتباط بسته با مشتریان و عرضه

۴-۵- **حجم نمونه:** ۱۸ نفر در مرحله مصاحبه عمیق (شامل: ۵ نفر از اساتید دانشگاه، ۸ نفر از مدیران و ۵ نفر از بازنشستگان)، ۷۰ نفر در مرحله توزیع پرسشنامه.

۵- **تحلیل داده ها:** داده های حاصل از مصاحبه عمیق با روش تحلیل محتوای کمی استخراج و دسته بندی و سپس اجماع نظرات خبرگان انجام شد. بر اساس نتایج بدست آمده، پرسشنامه مرحله دوم تحقیق تدوین شد و پس از تکمیل توسط پاسخگویان، داده های پرسشنامه از طریق نرم افزار SPSS استخراج شد، تحلیل های توصیفی و تحلیل های استنباطی انجام گرفت و با استفاده از معادلات ساختاری نتایج تحلیل و آزمون فرضیه تحقق یافت.

متغیرهای مورد بررسی: جهت بررسی میزان تاثیر بکارگیری فناوریهای نوین ارتباطی در چابک سازی فرآیندهای انجام کار در رسانه، از جدول شماره ۱ که شامل شاخص ها و مصداقهای چابکی سازمان می باشد، ۴ مولفه (از مجموع ۸ مولفه) انتخاب و توسط پرسشنامه مورد نظرسنجی قرار گرفت. چهار شاخص مورد بررسی عبارتند از: سرعت، انعطاف پذیری، شایستگی و پاسخگویی.

این چهار شاخص کیفی از طریق مصداقهای کمی مورد نظرسنجی قرار گرفتند. مصداقهای کمی چهار مولفه مذکور در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است.

۶- گزارش یافته ها

پس از انجام مرحله دوم تحقیق یعنی توزیع پرسشنامه ها و استخراج داده ها، یافته های زیر از پژوهش بدست آمد:

جدول توصیفی و استنباطی:

شرح جداول توصیفی و استنباطی بشرح زیر است:

جدول (۲): رتبه مولفه های موثر بر چابک سازی سازمانهای رسانه ای در

صورت استفاده از فناوریهای نوین ارتباطی در رسانه

رتبه	مولفه ها	سنجه	درصد امتیاز سنجه	امتیاز نهایی مولفه	میزان امتیاز هر مولفه از امتیاز کل
1	افزایش سرعت	افزایش سرعت و کاهش زمان*	٪۷۱	٪۷۴	٪۲۴
		امکان دریافت بازخورد سریع	٪۷۶		
		امکان ایجاد ارتباط سریع و دقیق با واحدهای داخل سازمان و سازمانهای دیگر	٪۷۷		
		تسهیل استخراج اطلاعات و گزارشگیری	٪۷۳		

بعبارتی اتوماسیون یعنی خودکارشدن عملیات. خودکارسازی مجموعه ای از فرآیندها برای ثبت، نمایش و مدیریت روندهای اداری، فنی و مالی می باشد.

سامانه اتوماسیون سامانه هایی هستند که در آنها کار به دقت آنالیز می شود و برای کارهای تکراری یا کارهایی که توسط هوش مصنوعی قابل انجام است، سیستم نرم افزاری یا سخت افزاری خاصی طراحی می شود و سایر کارها که نیاز به هوش و قدرت تصمیم گیری انسانی دارد توسط انسان انجام می شود.

سامانه اتوماسیون می تواند کلیه فرآیندهای کسب و کار یک سازمان را دربرگیرد و با استفاده از ویژگی های سیستم های دیجیتال مثل سرعت انتقال داده، انعطاف پذیری، یکپارچه سازی فرآیند مکاتبات اداری و همچنین تولید، پخش، آرشیو محتوا و مدیریت آنها، علاوه بر کاهش زمان تولید برنامه، موجب افزایش بهره وری، کاهش هزینه ها و عدم نیاز به نیروی انسانی زیاد می شود [۱۷].

۴- روش شناسی پژوهش

۴-۱- **نوع پژوهش:** پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت، اکتشافی، و از لحاظ نوع، کاربردی است.

۴-۲- **روش تحقیق:** روش آمیخته یا میکس متد است. بدین معنی که از سه روش تحلیل محتوای کمی بعلاوه روش پیمایشی بعلاوه معادلات ساختاری در آن استفاده شده است.

۴-۳- **تکنیکهای مورد استفاده:** برای جمع آوری اطلاعات در بخش تحلیل محتوا از تکنیک مصاحبه و پرسشنامه معکوس؛ در بخش پیمایشی از پرسشنامه؛ و در بخش معادلات ساختاری از نرم افزار ایموس استفاده شده است.

۴-۴- **شیوه نمونه گیری:** غیرتصادفی هدفمند است. به این ترتیب که از میان جامعه آماری پژوهش که خبرگان و اساتید درون و برون سازمانی هستند (شامل: اساتید دانشگاه در حوزه رسانه و مدیریت، مدیران و کارکنان سازمان صدا و سیما) ۱۸ نفر با مشخصات: اساتید حوزه ارتباطات و مدیریت رسانه با حداقل ۱۰ سال سابقه تدریس در دانشگاه و مدیران شاغل و بازنشسته سازمان با حداقل سه سال سابقه مدیریت در سازمان، انتخاب و مصاحبه عمیق با آنان انجام شده است. تمام این افراد ساکن تهران و در دسترس محقق بوده اند.

در مرحله دوم از میان مدیران و کارکنان واحدهای اطلاعات و برنامه ریزی، شبکه های رادیویی و تلویزیونی و مرکز طرح و برنامه سازمان صدا و سیما، ۷۰ نفر به روش تصادفی هدفمند انتخاب و توزیع پرسشنامه میان آنان انجام شد. افراد مذکور میبایست در جریان یکی از مراحل تصویب و راه اندازی یکی از فناوریهای نوین ارتباطی در سازمان صدا و سیما بوده باشند تا ضمن آشنایی کامل با انواع سامانه های مورد استفاده در واحدهای صف و ستاد رسانه ملی، بر جریان انتخاب سیستم نرم افزاری و موانع و مراحل پیاده سازی آن اشراف کامل داشته باشند.

بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه ای ثابت می شود.
دوم: میزان تأثیر کاربرد فناوریهای نوین ارتباطی در "ارتقاء شایستگی سازمانی"

- در میان سنجه های این مولفه؛ استفاده از فناوریهای نوین (اتوماسیون اداری/تولید[رسانه]) بیشترین تاثیر را بر بهبود فرایندهای کاری با امتیاز ۷۶ درصد دارد.

- از نظر پاسخگویان بکارگیری فناوریهای نوین ارتباطی موجب صرفه-جویی می شود. این سنجه با امتیاز ۷۵ درصد این مورد را تایید می کند.

- افزایش همکاری میان واحدهای مختلف با امتیاز ۷۲ درصد که به عقیده پاسخگویان از کاربرد فناوریهای نوین ارتباطی ناشی می شود به ارتقاء شایستگی سازمانی کمک می کند.

بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه ای ثابت می شود.
سوم: میزان تأثیر کاربرد فناوریهای نوین ارتباطی در "بهبود پاسخگویی"

- در میان سنجه های این مولفه؛ استفاده از فناوریهای نوین (اتوماسیون اداری/تولید[رسانه]) بیشترین تاثیر را بر افزایش نظارت و کنترل بر گردش اطلاعات و عملکرد با امتیاز ۷۷ درصد دارد. به این معنا که با بکارگیری فناوریهای نوین ارتباطی امکان نظارت بر گردش عملکرد زیاد است و می توان بر گردش اطلاعات کنترل داشت.

- افزایش پاسخگویی به مشتریان و مشاهده گردش کار با امتیاز یکسان ۷۵ درصد نقش فناوریهای نوین ارتباطی را در بهبود پاسخگویی سازمان را کاملتر می کند.

- افزایش دقت و کاهش خطا با امتیاز ۷۳ درصد بهبود پاسخگویی سازمان را تایید می کند.

بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه ای ثابت می شود.
چهارم: میزان تاثیر کاربرد فناوریهای نوین ارتباطی در "بهبود انعطاف-پذیری"

- در میان سنجه های این مولفه؛ استفاده از فناوریهای نوین (اتوماسیون اداری/تولید [رسانه]) در ایجاد داده های یکسان و معتبر با امتیاز ۷۰ درصد از میان سنجه های دیگر تاثیر بیشتری دارد.

- کاهش هزینه و زمان اعمال تغییر با امتیاز ۶۹ درصد در بهبود انعطاف پذیری سازمان موثر هستند.

- افزایش انعطاف پذیری در ارائه خدمات با امتیاز ۶۸ درصد نقش مهم دیگر کاربرد فناوریهای نوین ارتباطی است.

بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه ای ثابت می شود.
بعد از بررسی سنجه های هر مولفه، موضوع بعدی میزان تاثیر هر مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه ای است که مورد بررسی قرار می گیرد.

طبق جدول رتبه بندی مولفه های موثر بر چابک سازی سازمان رسانه ای در صورت استفاده از فناوریهای نوین ارتباطی، امتیاز مولفه تاثیر کاربرد فناوریهای نوین ارتباطی در "افزایش سرعت انجام کار"، "ارتقاء

			افزایش سرعت پردازش و تحلیل داده ها	۷۱٪	
2	ارتقاء شایستگی سازمانی	۷۱٪	۳۶٪	بهبود فرآیند انجام کار در سازمان	۷۶٪
				افزایش مهارت کارکنان	۶۸٪
				افزایش کارایی	۷۱٪
				افزایش همکاری میان واحدهای مختلف	۷۲٪
				ارتقاء کیفیت خدمات	۷۰٪
				صحت اطلاعات	۶۸٪
				صرفه جویی	۷۵٪
3	بهبود پاسخگویی سازمان	۷۵٪	۲۲٪	افزایش پاسخگویی به مشتریان	۷۵٪
				افزایش دقت و کاهش خطا	۷۳٪
				ایجاد سامانه یکپارچه گردش اطلاعات در سازمان	۷۱٪
				مشاهده گردش کار	۷۵٪
				افزایش نظارت و کنترل بر گردش اطلاعات و عملکرد	۷۷٪
4	بهبود انعطاف-پذیری سازمان	۶۷٪	۱۸٪	افزایش انعطاف پذیری در ارائه خدمات	۶۸٪
				پذیرش اعمال تغییرات	۶۱٪
				کاهش هزینه و زمان اعمال تغییر	۶۹٪
				ایجاد داده های یکسان و معتبر	۷۰٪

*منظور از افزایش سرعت و کاهش زمان، تسریع ارتباطات و مبادلات است.

طبق جدول بالا تاثیر مولفه های چابک سازی به شرح زیر است:
اول: میزان تاثیر کاربرد فناوریهای نوین ارتباطی در "افزایش سرعت انجام کار"

- در میان سنجه های این مولفه؛ استفاده از فناوریهای نوین ارتباطی (اتوماسیون اداری/تولید [رسانه]) بیشترین تاثیر را بر ایجاد ارتباط سریع و دقیق درون و برون سازمانی دارد. این سنجه تا ۷۷ درصد بر تسریع ارتباطات سازمانی موثر است.

- امکان دریافت بازخورد سریع با امتیاز ۷۶ درصد بر افزایش سرعت انجام کار موثر است.

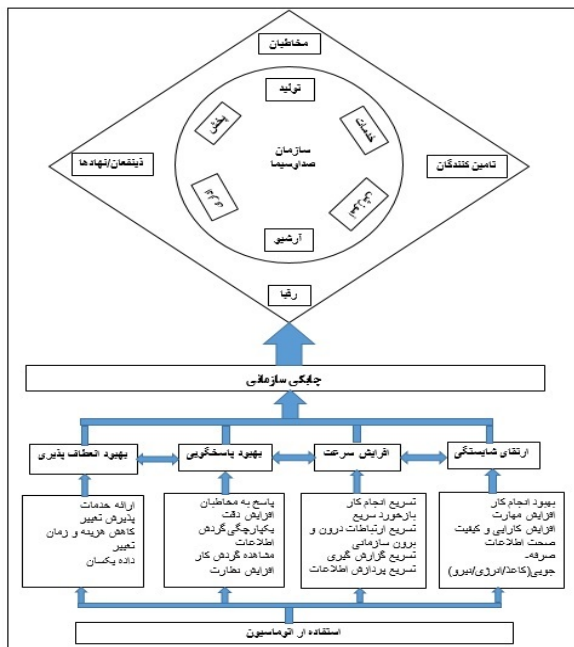
- تسهیل استخراج اطلاعات و گزارشگیری تا ۷۳ درصد بر افزایش سرعت کار تاثیر دارد.

- دو سنجه افزایش سرعت و کاهش زمان و افزایش سرعت پردازش و تحلیل داده ها بطور مشترک با امتیاز ۷۱ درصد بر افزایش سرعت انجام کار موثرند.

تغییرات نیز اجتناب ناپذیر است، وجود سامانه‌های مکانیزه با امکانات و مزایایی که دارند، پذیرش این تغییرات را برای کاربران آسانتر می‌کنند. از طرف دیگر وجود داده‌های یکسان و معتبر امکان استخراج، گزارشگیری و ... را نیز فراهم می‌کند. بنابراین به این مولفه امتیاز بالایی داده‌اند و آنرا مهمترین مولفه در چابک سازی سازمان رسانه‌ای می‌دانند.

۷- الگوی اجرایی تحقیق

با توجه به مؤلفه های مستخرج از پژوهش، الگوی پژوهش مطابق با شکل شماره ۱ در نظر گرفته شده است، مطابق الگو، سازمانهای رسانه ای جهت دست یابی به چابکی سازمانی بایستی به چهار بعد سرعت، پاسخ، شایستگی و انعطاف در قالب ۱۹ مولفه توجه کند.



شکل (۱): الگوی چابک سازی سازمان صدا و سیما در صورت استفاده از

اتوماسیون

۸- نتیجه گیری

هر سازمان یا موسسه‌ای که در جامعه فعالیت می‌کند باید فایده ای برای جامعه داشته باشد و نیازی را از جامعه بشری برطرف کند تا بتواند به بقای خود ادامه دهد. سازمان های رسانه ای نیز می بایست نیاز رسانه‌ای مخاطبین خود را برطرف کنند. یکی از دلایل عدم موفقیت این نوع سازمانها در برآورده کردن نیاز مخاطبان خود می تواند کندی ارتباط سازمانی باشد. این کندی باعث می شود درک نیاز مخاطبان طولانی و زمانبر شود و نتایج بدست آمده دیر بدست برنامه سازان برسد و متعاقب آن مراحل تایید طرح‌ها، فیلمنامه ها و فرایندهای برنامه سازی از قبیل

شایستگی سازمانی"، "بهبود پاسخگویی سازمان" و "بهبود انعطاف-پذیری سازمان" به ترتیب ۲۴ درصد، ۳۶ درصد، ۲۲ درصد و ۱۸ درصد است.

- بر اساس نظرات کاربران، "ارتقاء شایستگی سازمانی" با امتیاز ۳۶ درصد بیشترین تاثیر را در چابک سازی سازمان رسانه‌ای دارد. طبق جداول توزیع فراوانی، افرادی که دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد هستند و حدود ۸۰ درصد از جمعیت پاسخگویان را بخود اختصاص داده‌اند، بدلیل اینکه در محیط کار خود بعنوان یک کارشناس از طریق پژوهش و تحقیقات درصدد بهبود فرایندهای کاری سازمان هستند و تلاش می‌کنند این فرایندها کارا و موثرتر شوند و کسب مهارت توسط کارکنان را امتیازی مهم در بهبود انجام کارها می‌دانند، به این مولفه امتیاز بالایی داده‌اند.

- مولفه بعدی "افزایش سرعت انجام کار" است که با امتیاز ۲۴ درصد، به اعتقاد کاربران، در رتبه دوم قرار گرفته است. طبق جداول توزیع فراوانی، کارکنانی که دارای سمت کارمند و کارشناس هستند و کارهای جاری سازمان را انجام می‌دهند و میزان دسترسی و کاربری آنها به فناوریهای نوین ارتباطی بالا است، و بدلیل اینکه بکارگیری این فناوریها موجب افزایش سرعت ارائه خدمات و کاهش مدت زمان انجام کارها می‌شود، و امکان استخراج اطلاعات و گزارش گیری آنلاین میسر است، به این مولفه امتیاز بالایی دادند و از نظر آنان "افزایش سرعت" مولفه مهمی در چابک سازی سازمان رسانه‌ای است.

- "بهبود پاسخگویی سازمان" مولفه سوم است که با امتیاز ۲۲ درصد تاثیر زیادی را در چابک سازی سازمان رسانه‌ای دارد. طبق جداول توزیع فراوانی، افرادی که دارای سابقه کار مفید بین ۱۱ الی ۲۰ سال هستند و رابطه استخدامی رسمی با سازمان دارند، بدلیل آنکه تمامی کارهای خود را می‌توانند از طریق سامانه‌های نرم‌افزاری انجام دهند، یعنی تمام کارهای آنها بصورت مکانیزه و بسیار سهل تر شده، در مقایسه با شرایط گذشته که کارها بصورت دستی انجام می‌شد، و به همین نسبت، متوسط زمان پاسخگویی به کارکنان/مشتریان کاهش، پاسخگویی به تعداد بیشتری از مراجعان کنندگان افزایش یافته و در نتیجه میزان رضایت‌مندی آنان بیشتر شده است، به این مولفه امتیاز بالاتری دادند و بهبود پاسخگویی سازمان را عامل مهمی در چابک سازی سازمان رسانه‌ای می‌دانند. بنابراین فناوریهای نوین ارتباطی می‌تواند میزان پاسخگویی سازمان را بهبود دهد.

- مولفه "بهبود انعطاف‌پذیری سازمان" با امتیاز ۱۸ درصد چهارمین مولفه در چابک سازی سازمان رسانه‌ای است. طبق جداول توزیع فراوانی، افرادی که دارای عنوان شغلی کارشناس سیستم/کارشناس فنی/مشاغل برنامه ساز هستند و ۹۰ درصد از جمعیت پاسخگویان را تشکیل می‌دهند، بدلیل اینکه در سازمان خدمات متنوع به برنامه سازان/کارکنان/مخاطبان ارائه می‌کنند، با بکارگیری سامانه‌های نرم-افزاری ارائه خدمات سهل‌تر و سریعتر می‌شود. همچنین از آنجا که

- قابلیت پردازش فایل های صوتی و تصویری
- امنیت بالای شبکه (بلاک چین)
- قابلیت ذخیره سازی بسیار وسیع
- قابلیت گزارشگیری آنلاین و دقیق
- جستجو در انواع فایل ها و دریافت و بارگذاری فایل یا متن
- تعریف متادیتای مورد نیاز در برنامه و افزودن آن به فایل ها
- حفظ کیفیت فایل های صوتی و تصویری در نسخه- برداری های متعدد
- ویرایش آسان محتوا در هر مرحله از چرخه کاری
- صرفه جویی در مواد و لوازم مصرفی مانند نوار و ...
- انطباق با جدیدترین تجهیزات حرفه ای تولید و پخش صدا و تصویر

۱-۱- پیشنهادت

- استفاده از سیستم های یکپارچه و کنار گذاشتن سیستم های جزیره ای: یا یکپارچه سازی سیستم های نرم افزاری که با تعامل و ارتباط مناسب با یکدیگر بتوانند سیستم های موثر و کارآمد باشند
- یکسان سازی داده ها: به منظور تسهیل در انتقال، تبدیل و به اشتراک گذاشتن داده ها در سازمان است. سازمانها برای جمعیت داده ها نیازمند اطلاعات یکدست و یکپارچه هستند که این نوع اطلاعات استفاده صحیح از گزارش ها و تحلیل ها را تضمین می کند
- اصلاح ساختار سازمانی: به منظور کاهش سلسله مراتب در سازمان. جایگزین کردن رویکرد جدید طراحی ساختار که باعث افزایش قدرت انعطاف پذیری، هم افزایی و تعالی سازمانی می شود
- یکپارچه سازی فرآیندها: به منظور گردش اطلاعات سریع، بموقع و مطمئن، و همچنین آسان کردن مدیریت فعالیت های سازمانی
- اصلاح روابط درون و برون سازمانی: به منظور ایجاد همگرایی، همبستگی و یکپارچگی برای پیشبرد اهداف سازمان

منابع و ماخذ

- [۱] اسکندری، سعید (۱۳۹۳)، بررسی و مقایسه سامانه های اتوماسیون تلویزیونی، پایان نامه کارشناسی، دانشگاه صدا و سیما.
- [۲] امید، حسین (۱۳۹۳)، چرخه اتوماسیون تلویزیونی (تولید، پخش، آرشو)، پایان نامه کارشناسی، دانشگاه صدا و سیما.
- [۳] باقری، میثم (۱۳۹۵)، چالش های پیش روی اتوماسیون های تولید و پخش، اداره کل فنی صدا و تصویر معاونت توسعه و فناوری اطلاعات. قابل دسترسی در:

http://td.irib.ir/educational-resources/articles/-/journal_content/۱۵۷۰۶۵۹۷/۲۶۱۵۷۱۵۶?p_auth=۶h۲Rvh۹۸

پیش تولید، تولید و پس از تولید، صدور فرامین، نظارتها و انتقال فایل های صوتی و تصویری بصورت دستی و با کندی انجام شود که در مجموع موجب طولانی تر شدن زمان فرآیند تولید و پخش محتوا می شود. از دست دادن زمان یکی از آسیب های جدی برای هر سازمان بشمار می رود، بخصوص برای سازمان های رسانه ای، زیرا سرعت و خلاقیت دو عنصر اساسی فعالیت رسانه ای هستند. عوامل زیادی در طولانی کردن فرآیند تولید و پخش محتوا نقش دارند که بررسی تمام آنها در این تحقیق نمی گنجد. بنابراین در این تحقیق سعی شده تا یکی از عوامل این کندی شناسایی، بررسی و راهکار مناسب پیشنهاد شود.

یکی از اصلی ترین راه های افزایش سرعت گردش فرآیند، بکارگیری اتوماسیون است که موجب افزایش سرعت و کارایی یک سازمان می شود که خود لازمه تحقق چابکی سازمانی و در نتیجه چابک سازی سازمان رسانه ای است. از آنجا که سازمان های رسانه ای بتوانند به بقای خود ادامه دهند و کارکرد مطلوب داشته باشند باید به سمت چابک شدن گام بردارند. از الزامات چابک سازی می توان به چهار عنصر اصلی اشاره کرد که به عنوان مبنای حفظ و توسعه چابکی به شمار می روند:

شایستگی: عبارتست از مجموعه وسیعی از تواناییها، که بهره وری فعالیت ها را در جهت رسیدن به اهداف سازمان تامین می کند. سرعت: عبارتست از توانایی انجام دادن عملیات در کوتاهترین زمان ممکن.

قدرت پاسخگویی: عبارتست از توانایی شناخت تغییرات و پاسخ سریع به آنهاست.

انعطاف پذیری: عبارتست از توانایی تولید و ارائه محصولات و خدمات گوناگون و دستیابی به اهداف مختلف با منابع و تجهیزات یکسان.

طبق تحقیقی که انجام دادیم، مشخص شد اتوماسیون ابزار بسیار مفیدی برای دستیابی به این چهار عنصر (افزایش سرعت انجام کار، بهبود پاسخگویی، ارتقای شایستگی سازمانی و بهبود انعطاف پذیری سازمان) در سازمان صدا و سیما است. از آنجا که ماموریت، شرح وظایف و فرایندهای کلان (تولید و پخش محتوا، اعم از متنی، صوتی و تصویری) در سازمانهای رسانه ای مشابه است، تاثیر بکارگیری اتوماسیون در چابک سازی سازمان صدا و سیما قابل تعمیم به سایر رسانه ها است.

بنابراین تمام سازمان های رسانه ای برای مواجهه با محیط متغیر و متلاطم امروزی، به شماری از قابلیت های متمایز نیازمندند و یکی از راه های رسیدن به این قابلیت ها پیاده سازی و بکارگیری اتوماسیون در تمام واحدهای صف و ستاد است. این فناوری ابزار بسیار کارآمدی برای افزایش سرعت و کارایی یک سازمان می باشد. منظور ما از بکارگیری دقیق اتوماسیون سفارش و خریداری نرم افزارهای جامع و منطبق با فعالیت های سازمان رسانه و بکارگیری متدولوژی متناسب با آنها است.

اتوماسیون رسانه باید دارای قابلیت های زیر باشد:

- قابلیت انتقال فایل های چند رسانه ای با حجم بالا

- [21] Ajzen, I. (2005), **Attitudes, Personality and Behavior**, Second Edition, POLAND: Open University Press, P 124-127.
- [22] Barney, J., Ricky, B., Griffin, W. (1992). **The Management of Organization**. Boston: Houghton Mifflin company, P 315.
- [23] Fredrickson, J.W. (1996). **The Strategic Decision Process and Organizational Structure**, Academy of Management Review, vol.11, No.2, P 282.
- [24] Grechanik, M. (2015), **the Relation between Automation System and Employee Productivity**, Illinois University, Chicago.
- [25] kid, P.T. (1996). **A 21st Century Paradigm in Agile Manufacturing: Forging New Frontiers**, Addison-Wesley, Wokingham, P 94
- [26] Lenord, O., Schramm, D. (2017), **Challenges and Opportunities of Automation Systems**, Duisburg-Essen university, Germany.
- [27] Menor, L.J., Roth, A.V., Mason, C.H. (2009). **Agility in Retail Banking: a Numerical Taxonomy of Strategic Service Groups**, Manufacturing and Service Operations Management. 3 (4), P 227.
- [28] Mintzberg, H. (2009), **Managing**, Berrett & Kohler publishing inc, P 12.
- [29] Qin, R., Nembhard, D.A. (2010). **Workforce Agility for Stochastically Diffused Conditions-A Real Options Perspective**, International Journal of Production Economics, 125, P 325.
- [30] Sharifi, H., Zhang, Z. (1999). **A Methodology for Achieving Agility in Manufacturing Organizations**, Int.J.Production Economics, Vol.62 (1999).
- [31] Sharifi, H., Zhang, Z. (2000), **Agility in Practice: Application of a Methodology, Special Issue on Next Generation Manufacturing**. Intl. Jour. of Operations & Production Management, P 87.
- [32] Sharpe, R. (2012). **Agile University: Building the Innovation and Improvement for a Better Student Experience**. Higher Education SEMINAR. Thursday, 15th. www.elementaleadership.co.uk, P 196.
- [33] Thomasson, S. (2016), **the Features of a Good Automation System**, Lund University, Sweden.
- [34] Weiss, R., (2017), **Automation Systems and Increasing the Efficiency of Organizations**, ABB Research Center, Germany. Available on: <https://social.abb/website>
- [35] White, A., Daniel, EM., Mohdzain, M. (2005), **The Role of Emergent Information Technologies and Systems in Enabling Supply Chain Agility**, International Journal of Information Management, 25(5).
- [۴] بهادری، علیرضا (۱۳۹۶)، معرفی روندهای فناوری در اتوماسیون صدا و تصویر، اداره کل فنی صدا و تصویر. قابل دسترسی در: http://td.irib.ir/educational-resources/articles/-/journal_content/۱۲۵۸۳۴۸۹/۲۶۱۵۷۱/۵۶?p_p_auth=۶h۴R..۷
- [۵] جاویدی، رضا (۱۳۹۴)، بررسی تاثیر کاربرد فناوری اطلاعات بر چابکی سازمانی و چابکی نیروی کار، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
- [۶] جعفرنژاد، احمد، شهبانی، بهنام (۱۳۸۹)، مقدمه ای بر چابکی سازمانی و تولید چابک. کتاب مهربان.
- [۷] حوزه ریاست (۱۳۹۴) نشریه افق رسانه، شماره ۴۱.
- [۸] خدایاری، علی، کمالی، مسعود (۱۳۸۷)، طراحی اتوماسیون رادیو و پیاده سازی متادیتا، پایان نامه کارشناسی، دانشگاه صدا و سیما.
- [۹] خجسته، حسن (۱۳۸۶)، عناصر اصلی ساخت دهی سازمان های رسانه ای و مقایسه ساختار سازمانی صدا با سیما، فصلنامه رسانه، شماره ۷۱.
- [۱۰] دف، ریچارد ال (۱۳۷۷)، تئوری های سازمان، ترجمه پارسائیان و اعرابی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ص ۱۹-۲۳.
- [۱۱] رمضانی، علی (۱۳۹۴)، بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر چابکی سازمان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد کرمانشاه.
- [۱۲] روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۶) چستی مدیریت رسانه، فصلنامه رسانه، شماره ۷۰.
- [۱۳] زنجیرچی، سید محمود، ابراهیم زاده پزشکی، رضا، عرب، سید محمد، (۱۳۹۰)، مدل کانو و کاربرد آن در ارزیابی نیازهای دانشجویان. پنجمین همایش ارزیابی کیفیت در نظام دانشگاهی، دانشگاه تهران.
- [۱۴] شهبانی بهنام، رجب زاده، علی (۱۳۸۴)، بررسی ابعاد ارزیابی چابکی سازمانی در سازمانهای دولتی با رویکرد فناوری اطلاعات، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات اسفند ماه ایران.
- [۱۵] کهزادی، داود، مهرانی، غلام رضا (۱۳۹۳)، مستند سازی فرایند پیاده سازی اتوماسیون تلویزیونی تولید و پخش در ساختمان ۱۲، اسفند سازمان صدا و سیما، پایان نامه کارشناسی، دانشگاه صدا و سیما، ص ۱۲- ۱۴ و ۲۳-۲۴.
- [۱۶] گیل، دیوید و آدامز، بریجت (۱۳۸۴)، الفبای ارتباطات، ترجمه مهراں مهاجر و محمد نبوی، چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، ص ۲۳۳.
- [۱۷] معاونت فناوری و رسانه های نوین سازمان صدا و سیما (۱۳۹۴)، مدیریت رسانه در BBC، ص ۴۶۱-۴۶۴.
- [۱۸] معاونت پژوهش، برنامه ریزی و نظارت (۱۳۹۶)، سند راهبردی.
- [19] Ajzen, I. (2002), **Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of control, and the Theory of Planned behavior**, Journal of Applied Psychology, Vol. 32, Issue 4, P 665.
- [20] Ajzen, I., Fishbein, M. (2005). **The Influence of Attitudes on Behavior**. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), The handbook of attitudes. Mahwan, NJ; Erlbaum, P 174.