



نقش و جایگاه فناوریهای نوین بر چابک سازی سازمان های رسانه ای و ارائه مدل مفهومی (مطالعه موردی: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران)

محمد دادگران

دانشیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی- تهران- ایران

مینو تشکری (مسئول مکاتبات)

دانش آموخته دکترای رشته مدیریت رسانه دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی- تهران- ایران

Tashakori.minoo@gmail.com

اکبر نصرالهی

استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی- تهران- ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۸

چکیده

سازمانهای فعال امروزی بخصوص سازمانهای رسانه ای همواره با مفهومی بنام تغییر مواجه هستند که تاثیر انکارناپذیری بر روی ابعاد مختلف از جمله ساختار و نحوه مدیریت آنها دارد. از عوامل بروز این تغییرات می توان به فناوریهای نوین اشاره کرد. در سالهای اخیر فناوریهای نوین نه تنها خود دستخوش تغییرات شده اند بلکه به سرعت در حال تأثیر گذاری بر موقعیت و عملکرد سازمانها هستند. این تحولات فناورانه در ذات خود حاوی چالشها و تهدیدهایی همانند بقا و ایجاد مزیت رقابتی هستند که سازمانه های پیشرفته از آن بعنوان یک فرصت در توسعه چابک سازی استفاده می کنند. ارائه مدل مفهومی نقش و جایگاه فناوریهای نوین بر چابک سازی سازمان های رسانه ای است. پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت، اکتشافی، و از لحاظ نوع، کاربردی است که از روش پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق اساتید دانشگاه در رشته مدیریت رسانه و ارتباطات، کارکنان و مدیران فعال و بازنشسته سازمان صدا و سیما به تعداد ۱۶۰ نفر هستند. فناوریهای نوین، ابزاری کارآمد برای "افزایش سرعت انجام کار"، "بهبود انعطاف پذیری"، "ارتقای شایستگی سازمانی" و "بهبود پاسخگویی" است. یافته های تحقیق نشان میدهد که فناوری نوین در ارتقای چابکی سازمانهای رسانه ای اثر قابل توجهی دارد. در همین زمینه، از میان چهار متغیر چابکی سازمانی بررسی شده، بکارگیری فناوری نوین بیشترین تأثیر را بر متغیر ارتقای شایستگی سازمانی دارد.

واژه های کلیدی: چابک سازی، سازمانهای رسانه ای، فناوریهای نوین.

مقدمه

طراحی موثر و سریع بدین معنی است که رویکرد سنتی در داشتن تولیدات جدید شکست خورده است. بنابراین، این سازمان ها برای رسیدن به چنین ویژگی هایی نیازمند تحولاتی اساسی در ساختار و نگرش خود به مخاطبان و سایر ذی‌نفع - های سازمان (کارکنان، رقبا و ...) هستند. بنابراین این سازمانها در اولین قدم برای حفظ بقای خود و ایجاد قدرت رقابت در عرصه جهانی نیاز به چابک سازی دارند. سازمانهای چابک توانایی توسعه مداوم قابلیت های جدید به عنوان یک مزیت استراتژیک پایدار را دارند (شارپ، ۲۰۱۲، ص ۷۸). نتیجه اینکه، چابکی نگرشی فلسفی در کار سازمان است که سازمان را در احساس، دریافت، ملاحظه، تجزیه و تحلیل و پیش بینی تغییرات ایجاد شده در محیط سازمان توانمند می کند (فتحیان و شیخ، ۱۳۸۸، ص ۱۲۷). چابکی موجب می شود سازمان در دریافت سریع نیازمندیها و همچنین تغییرات بوجود آمده در نیاز مخاطبان توانمند شود و امکان پاسخگویی سریع، که نقش عمده ای در افزایش رضایت مخاطبان دارد، را داشته باشد که نتیجه آن افزایش شایستگی، انعطاف پذیری و پاسخگویی سازمان است. چابک سازی توانایی سازمان در بهبود روابط درون و برون سازمانی، فرایندها و ساختار را افزایش می‌دهد. به منظور چابک سازی، سازمان ها می بایست به کاهش نیروی انسانی، تسریع در ارتباطات سازمانی، بازنگری و اصلاح ساختار و فرآیندها که منجر به کاهش موازی کاری، تسریع گردش کار، تمرکز در تصمیم گیری و استفاده از مدیریت مشارکتی می شود، مبادرت کند. یکی از راهکارهای ضروری برای چابک سازی سازمان استفاده از تکنولوژیهای نوین جهت تسریع ارتباطات سازمانی است. نظام چابک نیازمند سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای مناسبی است که امکان تغییرات سریع نظام تولیدی از یک محصول به محصول دیگر را فراهم کند (حسین و همکاران، ۲۰۱۰)^۱. بسیاری از سازمانها در حال حاضر با تکیه بر فناوری اطلاعات پیشرفته، برای بهبود هماهنگی بین المللی، یادگیری ارتباط، مدیریت خدمات مشتری و عملکرد شرکت به تغییر شیوه‌های سنتی مدیریت و گرایش به مدیریت نوین پرداخته اند (کارمن

امروزه سازمانها با مسائلی چون تغییرات سریع و غیر قابل پیش بینی، سفارشات خاص و سلیقه‌ای مخاطبان، کیفیت کامل، انتظار دریافت سطح خیلی بالایی از خدمت و ... روبرو هستند. از این رو سازمانها برای بقاء و حفظ موقعیت خود، شکل‌های متفاوتی به خود می‌گیرند. بسیاری از سازمانها، تأثیر تهدیدات و فشارهای محیطی را بر فعالیتهای خود، را پذیرفته اند (اوگونسیجی و اکانبی، ۲۰۱۳). یکی از جدیدترین شکل‌های سازمانی، فرم سازمانهای چابک می باشد. چابکی، توانایی سازمانها برای رشد و بقا در محیطهای رقابتی است که تغییراتش مستمر و پیش بینی ناپذیر و نیازمند واکنش سریع به تغییرات بازار است. در واقع سازمان چابک به سازمانی گفته می شود که دارای ویژگیهایی از جمله نوآوری، انعطاف پذیری و آمادگی واکنش به تغییرات محیطی بوده و نسبت به مشکلات و کاستی ها، بسیار مقاوم و پایدار است. این نوع سازمان با صرف کمترین هزینه و انرژی به ویژگیهای اشاره شده دست می یابد (ری و دسوزا، ۲۰۱۰). سازمانهای چابک فراتر از انطباق با تغییرات می‌اندیشند و متمایل به استفاده از فرصت‌های بالقوه در یک محیط متلاطم و کسب یک موقعیت ثابت بخاطر نوآوری ها و شایستگی های خود می باشند.

بیان مسئله:

سازمانهای رسانه ای نیز همانند دیگر سازمانها دستخوش تغییرات و تحولات می شوند و از این قاعده مستثنی نیستند. آنها درباره برآوردن تقاضاهای مخاطبان به گونه‌ای دیگر می اندیشند. این سازمانها تنها محصولات خود را به فروش نمی - رسانند، بلکه راه حلهای برآوردن نیازهای واقعی مخاطبان را می‌کاوند. این سازمانها معتقدند که محصولاتشان کامل نیست و به منظور غنی سازی ارزش‌های دریافتی مخاطبان از تولیدات محتوا و ایجاد ارزش افزوده برای آنان سعی در غنی سازی تولیدات خود دارند که برای سازمان های رسانه‌ای یک مزیت رقابتی بشمار می رود. علاوه بر این سازمانهای رسانه‌ای بر روی طراحی یا توسعه تولیداتی متمرکز می شوند که بطور ویژه، به نیازهای منحصر به فرد مخاطبان پاسخ دهد. نیاز به

^۱- Ali Hussein et al

است که سازمانها را با بهره‌وری، کارایی و اثربخشی در دستیابی به اهداف مجهز میکند (داشتن دیدگاه راهبردی، فناوریهای مناسب سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، کیفیت محصول و اثربخشی هزینه).^۳ انعطاف‌پذیری: این توانمندی به معنای توانایی انجام کارهای گوناگون و دستیابی به اهداف گوناگون با تسهیلات موجود در سازمان است (انعطاف‌پذیری در حجم محصول، انعطاف‌پذیری در تنوع محصول، انعطاف‌پذیری سازمان و انعطاف‌پذیری افراد).^۴ سرعت انجام کار (چابکی): این توانمندی، انجام وظایف و عملیات در کوتاهترین زمان ممکن است (سرعت عرضه محصولات جدید به بازار، تحویل سریع و به هنگام محصولات و سرعت در زمان عملیات) (سافورد و همکاران، ۲۰۰۸).^۳

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- پیشینه داخلی

"بررسی روند فناوری در اتوماسیون‌های رادیویی و تلویزیونی" پژوهشی از علیرضا بهادری (۱۳۹۵) 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) در دانشگاه آزاد واحد کرمانشاه است. وی با برشمردن مزایای سازمان‌های 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

و همکاران، ۲۰۱۷).^۱ از اینرو فرآیندهای رسانه‌ای 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. 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 سازمانهای رسانه‌ای با خدمات گسترده و جدید فراهم آورده است. در چنین سازمانی محیط تعاملی یکپارچه برای ارتقای فناوری‌های نوین رسانه‌ای و مهارت‌های کلیدی زیرساخت‌های ارتباطی، مراکز داده و اتوماسیون اداری و اتوماسیون صدا و تصویر با تکیه بر فعالیت‌های گروهی و هوشمند، در عصر دانایی محور فراهم می‌شود. سازمان‌های رسانه‌ای با توجه به ماموریت محوله و با توجه به استفاده از فناوری‌های نوین به منظور هوشمندسازی فرآیندهای جاری و آتی و با توجه به تغییرات سریع فناوری و به منظور ایجاد زیرساختهای هوشمند تجمیع، توزیع و تحلیل و با رویکرد استفاده از ظرفیتهای داخلی در سطح سازمان می‌تواند از فناوریهای نوین بعنوان یک روش در چابک سازی سازمان استفاده نماید. به بیان دیگر، چابکی سازمانی توانایی تولید اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری در محیط متلاطم است (شریعی و همکاران، ۲۰۰۷).^۲ شریف و ژانگ توانمندیهای چابکی را در قالب چهار دسته از توانمندیهای راهبردی ارائه کرده‌اند (شریفی و ژانگ، ۱۹۹۹، صص ۸-۱۷).^۱ قدرت پاسخگویی (واکنش): توانایی شناسایی تغییرات، پاسخ سریع به آنها به صورت واکنشی یا پیش کنشی و دوباره به حالت مناسب برگشتن، در مقابل تغییرات، است. احساس درک و پیش بینی تغییرات، واکنش فوری به آنها، ایجاد، اصلاح و بهبود تغییر. ۲. ارتقای شایستگی سازمانی: این توانمندی فهرست تواناییهایی

¹ - Carmen et al

² - Sherehiy et al

³ - Swafford et al

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) 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 می باشد و کاربرد فناوری اطلاعات هم بر چابکی سازمانی و هم چابکی نیروی کار تاثیر مثبت و قوی دارد. "بررسی و مقایسه سیستم های اتوماسیون تلویزیونی" پژوهش حسین امید (۱۳۹۳) در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش اتوماسیون را یک سیستم مجتمع و یکپارچه مبتنی بر شبکه‌های 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 می‌گیرد. 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 بهره‌وری و کاهش چشم گیر هزینه‌ها دانست و سیستمهای مختلف اتوماسیون تلویزیونی را با یکدیگر مقایسه کرد. "چالش های پیش روی اتوماسیون‌های تولید و پخش" پژوهش میثم باقری (۱۳۹۳) در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش به چالش ابعاد و کارکرد اتوماسیون مانند اینجست صدا تصویر، پلی آوت 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 چالش‌های استانداردسازی را مهم دانست و به مواردی مانند اهمیت استفاده از استانداردها، تضمین کیفیت نرم افزار، افزایش بهره‌وری 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) در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش با اشاره به موضوع ورود سیستم‌های کامپیوتری به صنعت رسانه، خاطر نشان کردند که گسترش روزافزون امکانات سیستم های کامپیوتری، نظیر سهولت ساخت فایل‌های حجیم با کیفیت بالا و امکان ذخیره‌سازی آنها و همچنین گسترش توسعه و رشد سریع و چشمگیر امکانات و قابلیت شبکه‌های 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 فرایند پیاده‌سازی اتوماسیون تلویزیونی تولید و پخش در ساختمان ۱۲ اسفند سازمان صدا و سیما" پژوهشی از داود کهزادی و غلام رضا مهرانی (۱۳۹۲) 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 تله تکست، زیرنویس و لوگوهای تبلیغاتی را مانند شبکه های ای فیلم، تماشا، شما، نسیم و نمایش (مستقر در ساختمان ۱۲ اسفند) ضروری دانستند که مستلزم حرکت مدیریت شبکه‌های تلویزیونی به سمت شبکه-های اتوماسیونی (پیاده‌سازی سیستم مکانیزه تولید و پخش تلویزیونی) است. "طراحی اتوماسیون رادیو و پیاده سازی متادیتا" پژوهشی از علی خدایاری و مسعود کمالی (۱۳۸۷) در دانشگاه صدا و سیما است. در این پژوهش به معایب سیستم آنالوگ، روش سنتی و قدیمی انتقال پیام و عدم امکان پشتیبانی از سیستمهای 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 برنامه‌ها، آرشیو و مدیریت منابع، جایگزین کردن اتوماسیون رادیو بجای روش سنتی و قدیمی را یک ضرورت دانستند.

۲-۲- پیشینه خارجی

لاندا ۷ سوئد است. وی با برشمردن نگرانیهای افراد، سازمانها و شرکتها برای سفارش، خریداری و استقرار یک سیستم مناسب، مانند کاربردی بودن سیستم، جلوگیری از واکنش منفی کاربران، پوچ بودن ادعاهای شرکتها 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 سیستمهای 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^۸ (۲۰۱۵) از دانشگاه ایلینوی^۹ 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، سازماندهی بهتر کارکنان به منظور افزایش رضایت شغلی آنها می شود.

بررسی استفاده از اتوماسیون در برخی از رسانه ها

رسانه ردبی^{۱۰}

مرکز پخش ردبی در وایت سیتی لندن به تهیه امکانات پلی-آوت مرکزی برای شبکه های پخش بریتانیا اختصاص دارد

"چالش ها و فرصتهای سیستم های اتوماسیون" پژوهشی از الیور لئونارد^۱ و دیتر شرام^۲ (۲۰۱۷) در دانشگاه دویسبورگ - اسن ۳ آلمان است. در این پژوهش ضمن برشمردن مزیت های استفاده از اتوماسیون (مانند سرعت گردش کار، دورکاری، نگهداری سوابق، گزارشگیری و ...)، بیشتر به چالشهای 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. "سیستمهای اتوماسیون و افزایش کارایی سازمانها" پژوهش از دونالد ویس^۴ (۲۰۱۷) در مرکز تحقیقات ای بی بی ۵ 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 با 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. "ویژگیهای یک سیستم اتوماسیون خوب" پژوهشی از ساموئل توماسون^۶ (۲۰۱۶) در دانشگاه

1 - Oliver Lenord

2 - Dieter Schramm

3 - Duisburg-Essen

4 - Roland Weiss

5 - ABB

6 - Samuel Thomasson

7 - Lund University

8 - Mark Grechanik

9 - Illinois University

10 - Red Bee - شرکت مدیریت رسانه در انگلستان

زددی اف آلمان

زددی اف در فوریه ۲۰۱۰، همزمان با شروع بازیهای المپیک زمستانی در ونکور، استودیوهای خود را به فناوریهای اطلاعاتی تجهیز کرد تا برای ۳۶۵ روز پخش محتوا داشته باشند. از این طریق سیستم پلی آوت روی کانال تئاتر زددی-اف ۳، نئوزددی اف ۴، زددی اف آی فو، 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. (کهزادی و مهرانی، ۱۳۹۲، صص ۲۳-۲۴) 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 افزایش بهره وری دست یابند. بنابراین سازمان های رسانه ای نیز می-توانند با بکارگیری یکی از فناوریهای نوین، مانند اتوماسیون، و ایجاد بستری مناسب جهت رشد و تعالی صنعت رسانه، بهره وری خود را افزایش دهد و در چنین محیطی به رقابت با دیگر سازمانهای رسانه ای ادامه دهند.

نوآوری مقاله:

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 برنامه ریزی، پیاده سازی و پشتیبانی این فناوری می پردازد. اما تنها با رویکرد فنی به موضوع پرداخته اند. در مقاله حاضر، با رویکرد چابک سازی رسانه به موضوع پرداخته می شود و سعی بر آنست تا موضوع اتوماسیون را از منظر تسهیل و

(شرکت آی پی ای ۱، ۲۰۰۹). این مرکز که به صورت سفارشی در ۲۰۰۳ ساخته شد، مشتریانش بی بی سی، بی بی سی اچ دی، کانال ۵، رسانه ویرجین ۲ و کانال ۴ هستند. در سال ۲۰۰۹ رسانه ردی 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. (کهزادی و مهرانی، ۱۳۹۲، صص ۱۳-۱۴) 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. (معاونت فناوری و رسانه های نوین سازمان صدا و سیما، ۱۳۹۴، صص ۴۶۱-۴۶۴). 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.

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 نحت 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. (آژن و فیشین، ۲۰۰۵، صص ۱۲۴-۱۲۷)

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 (بارنی و گریفین^۲، ۱۹۹۲، صص ۳۱۵). 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، کانال‌های ارتباط رسمی، تعیین مسئولیت و تفویض اختیار تصمیم‌گیری را روشن می‌کند. به وسیله ساختار سازمانی عملیات و فعالیت‌های داخل سازمان، آرایش می‌یابد و خطوط مسئولیت و اختیار مشخص می‌شود (مینزبرگ^۳، ۲۰۰۹، صص ۱۲).

تسریع ارتباطات سازمانی مورد بررسی قرار دهیم که در نوع خود بدیع است.

۳- مبانی نظری

نظریه رفتار برنامه ریزی شده

نظریه رفتار برنامه ریزی شده (آژن^۱، ۱۹۸۸، ۱۹۹۱) به عنوان یکی از تأثیرگذارترین و رایج‌ترین چارچوب‌های 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. (آژن، ۲۰۰۲، صص ۶۶۵) بر اساس این نظریه، تمایل به عنوان پیش‌آیند بلافصل 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 تعیین‌کننده 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 (آژن و فیشین، ۲۰۰۵، صص ۱۷۴). 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 سختی و یا

2 - Barney & Griffin
3 - Mintzberg

^۱ - Ajzen

سازمان رسانه‌ای می‌شود. این سه عبارتند: ۱- سازمان رسانه ای ۲- نوع رسانه ۳- محیط بیرونی

سازمان رسانه‌ای

هر سازمان را می‌توان در ساختار شکلی آن معرفی کرد که شامل دو بعد است که هر بعد با مجموعه عناصری گروه‌بندی می‌شود. این دو بعد بر روی یکدیگر اثرگذار هستند و در نهایت می‌تواند موجب درک عینی ما از آن سازمان شود.

الف: ابعاد شکلی ۲

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 وسیع‌تر از ادبیات مدیریتی بکار گرفته شده از اصطلاح ابعاد شکلی استفاده شده است. ابعاد شکلی بیان‌کننده ویژگی‌های درونی یک سازمان هستند که می‌توان بوسیله آن‌ها سازمانها را اندازه‌گیری 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 فعالیت‌ها ۴- نحوه سلسله مراتب اختیارات ۵- درجه پیچیدگی ۶- میزان تمرکز ۷- درجه حرفه‌ای بودن سازمان ۸- نسبت کارکنان یا پرسنلی که عبارت است از تقسیم تعداد کارکنان یک گروه بر کل تعداد کارکنان.

ب: ابعاد محتوایی ۳

معرف کل سازمان و جایگاه آن هستند و بر ابعاد شکلی اثر می‌گذارند. ابعاد محتوایی می‌توانند مبهم باشند، زیرا نشان دهنده سازمان و محیطی هستند که ابعاد شکلی در درون آن قرار می‌گیرند. ابعاد سازمان بر یکدیگر رابطه متقابل دارند و برای رسیدن به اهداف سازمانی آن‌ها خود را با یکدیگر وفق می‌دهند. اندازه سازمان: عبارت است از اندازه بزرگی آن که به صورت تعداد افراد یا کل دارایی و یا کل فروش مشخص می‌شود. تکنولوژی سازمان: عبارت است از ماهیت زیر سیستم تولید، شامل عملیات و روش‌های فرایند تولید

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 (فردریکسون، ۱۹۸۶، ص ۲۸۲).

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 دهنده سازمان نیز می‌شود. هر سازمان را اگر یک سیستم بسته‌ای 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 نمی‌توان عناصر اصلی و مهم خارج از سیستم که هم واقعیت عینی را می‌سازند و هم واقعیت مجرد و ذهنی برآمده از روابط ثابت و پایدار میان این عناصر را بوجود می‌آورند، نادید گرفت.

عوامل اصلی ساختاری در سازمانهای رسانه‌ای

ساختار سازمانهای رسانه‌ای تحت تأثیر سه عنصر اصلی شکل می‌گیرد. بین این سه عنصر رابطه دیالکتیکی وجود دارد. این ساختار بر تمام فعالیت‌های درون سازمانی و برون سازمانی تأثیرگذار است. بطوری که تغییر در هر کدام موجب تغییر کامل در دیگر عناصر و در نتیجه در شکل و نوع فعالیت

2 - Format dimensions

3 - Contextual dimensions

1 - Fredrickson

همواره در پی تحلیل درستی از رقبا باشند. بسیاری از سازمانهای رسانه‌ای برای تدوین استراتژی‌های خود؛ شناخت رقبا را بسیار جدی می‌گیرند. زیرا ممکن است رقبای بالفعل و بالقوه بتوانند محصولات و خدمات خود را جایگزین فعالیت‌های آن سازمان نمایند. (دف، ۱۳۸۶، صص ۱۹-۲۳) محیط شامل کلیه عناصر و عواملی است که در خارج از سازمان قرار دارد و بر آن تأثیر می‌گذارد و از آن تأثیر می‌پذیرد. البته خود محیط سازمان از لایه‌های مختلف تشکیل شده و ملاک تشخیص این لایه‌ها از یکدیگر میزان تأثیر و تأثر عناصر آن لایه بر سیستم و در اینجا سازمان رسانه‌ای است. به عنوان مثال مخاطبان جزو عناصری هستند که تأثیری فراوان بر رسانه‌ها می‌گذارند و قطعاً از رسانه‌ها نیز تأثیر می‌پذیرند. محیط خارجی یا بیرونی نیز همان‌طور که پیش‌تر توضیح داده شد اجزا و عناصری را در بر می‌گیرد که خارج از چارچوب سازمان با آن در تعامل است که خود این محیط دارای لایه‌های متعددی است. در اولین لایه محیطی عواملی نظیر مخاطبان، رقبا، تأمین‌کنندگان، ذینفعان و... را مد نظر داشته باشد و از تعامل مؤثر با آنها غافل نشود. (روشندل، ۱۳۸۶)

مخاطب

مخاطب افراد یا گروههایی از افرادند که انفرادی و یا دسته جمعی پیام‌هایی را به ویژه از رسانه‌های جمعی دریافت می‌کنند. این اصطلاح در ابتدا و در اصل به گروههایی از مردم که برای شنیدن یک گفتار، سخنرانی یا بحث در یک جمع می‌شوند گفته می‌شد. (گیل و بریجیت، ۱۳۸۴، ص ۲۳۳) گفتمان جا افتاده‌ای وجود دارد که طبق آن «مخاطب» به طور ساده به خوانندگان، بینندگان، شنوندگان یکی از کانال‌های رسانه‌ای یا هر محتوی و نمایشی اشاره دارد. مخاطبان رسانه‌های کسانیه هستند که رسانه به امید دسترسی به آنها راه‌اندازی شده و برای رساندن پیام خود به آنها تلاش می‌کند. شناخت مخاطب و عادات رسانه‌ای او بسیار اهمیت دارد. توجه به نیازها، خواسته‌ها، ذائقه‌ها، انتظارات و عادات مخاطب هدف، اساس تصمیم‌گیری در همه حوزه‌ها خواهد بود.

می‌شود. اهداف و استراتژی سازمان: اهداف و شیوه‌های رقابتی که موجب تفاوت با دیگر سازمانها و مؤسسات می‌شود. فرهنگ: مجموعه ارزش‌ها، باورها، هنجارها و تفاهم‌هایی است که سازمان در آنها 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.

نوع رسانه

ماهیت و نوع رسانه تأثیر شگرفی بر ساختار سازمان رسانه‌ای دارد. از اولین تقسیمات ذات‌گرایانه شاید بتوان به مطالعات مک لوهان اشاره کرد. تقسیم‌بندی رسانه‌ها به رسانه‌های سرد و گرم یا جمله معرف او که رسانه پیام است، حاکی از نگاهی ذات‌گرایانه و پذیرش جبرگرایی تکنولوژیکی است. شاید به همین دلیل نمی‌توان انتظارات یکسانی از سازمانهای رسانه‌ای مختلف داشت. رسانه‌های مکتوب با رسانه‌های صوتی و تصویری متفاوت‌اند. میان رسانه‌های سنتی با رسانه‌های جدید تفاوتی به عظمت تاریخ وجود دارد. تفاوت در نوع رسانه موجب تفاوت در «ساختار» می‌شود.

محیط خارجی

تحلیل‌های جامعه‌شناسان از سازمانها؛ بر اساس محیط اجتماعی که آنها را در بر گرفته، انجام شده است. این دیدگاه بر این عقیده است که محیط پیرامونی محدودیت‌ها و الزام و اجباری را بر آن سازمان ایجاد می‌کند. از این جهت سازمانهای مشابه به دلیل تفاوت محیط پیرامونی دارای ساخت‌های متفاوتی هستند. در حقیقت ساختار واقعی سازمان رسانه‌ای با وجود این عنصر قابل تصور و فهم است. امروزه محیط رسانه‌ها محیط بسیار رقابتی و فشرده‌ای است. عوامل و عناصر متعددی شکل دهنده این محیط هستند. از این جهت سپهر رسانه‌ای جهانی یا ملی و محلی سپهر رقابتی شدیدی است. محیط بسیار رقابتی رسانه‌ها باعث می‌شود مدیران

رقبا

موفقیت در یک سازمان است. امروزه مدیریت برگردش کار و مکاتبات اداری و همچنین مدیریت زمان در سازمان ها و موسسات اقتصادی به کلی متحول شده است و استفاده از روش های کند و مشکل ساز اداری غیرمکانیزه قابل قبول نمی باشد. حجم بالای اطلاعات و مکاتبات و دسترسی کند، مسئولین و مدیران را که به مدیریت زمان در مجموعه تحت رهبری خود بها می دهند، به سوی اتوماسیون در ابعاد مختلف رهنمون ساخته است. نگهداری اسناد مهم هر سازمان که نتیجه اهداف، اندیشه ها، فعالیتها و اقدامات انجام شده در هر سازمان و حاوی اطلاعات و تجربیات گرانمایی است و یکی از ابزارهای مهم مدیریت در تهیه برنامه ها و تصمیم گیریهای استراتژیک محسوب می گردد به صرف وقت و هزینه های زیاد نیاز دارد. از آنجا که اتوماسیون و سیستم های مکانیزه، قدمی در جهت تسریع امور و اطلاع رسانی مناسب بالاخص در کشورهای در حال توسعه به حساب می آیند، بجاست که موسسات و سازمانها و بخصوص ادارات دولتی با دیدی آینده نگر به این مهم توجه کنند. اتوماسیون، بهترین ابزار برای رسیدن به راه کارهای مفید در جهت صرفه جویی زمان و استفاده بهینه از وقت در سازمان است زیرا که تسریع گردش مکاتبات و مدیریت بر گردش کارها را میسر می سازد.

چابک سازی سازمان

در تعریف چابک سازی بطورکلی، می توان گفت: توانایی بازترکیب بندی سریع راهبرد، ساختار، فرایندها، نیروی انسانی و فناوری سازمان در راستای موقعیت های خلق ارزش و محافظت از ارزش. برخی از تعاریف اندیشمندان حوزه مدیریت و علوم اجتماعی از چابک سازی نیز بدین قرار است: "توانایی دانشگاه، به عنوان یک سیستم انسانی در حال حیات، برای شکوفا شدن و یادگیری امواج مداوم تغییر یک بخش طبیعی و غیرقابل اجتناب زندگی سازمانی، نه یک بخش جدا و یا یک رویداد تهدیدکننده". (شارپ، ۲۰۱۲: ۱۹۶) "در چابکی نیروی کار اشاره به وجه انسانی چابکی کل در سازمان دارد". (کیوین و نهارد، ۲۰۱۰: ۳۲۵) "توانایی یک مؤسسه برای سرآمد بودن همزمان در قابلیت های کیفیت توزیع،

رقبای سازمان صدا و سیما: رسانه های ماهواره ای خارج از کشور از قبیل بی بی سی و وی او ای با ابزارهای قوی رسانه ای و بودجه های مالی کلان، و یا در داخل کشور مانند شبکه خانگی به یک رقیب جدی برای سازمان صدا و سیما تبدیل شده اند. (خجسته، ۱۳۸۶)

تامین کنندگان

تعریف تامین کنندگان از لحاظ حقوقی هر شخص حقیقی و حقوقی که در یکی از فعالیتهای تولید، تبدیل، خرید، فروش، توزیع، خدمات و خدمات فنی سرمایه گذاری کند و تمام یا بخشی از محصول و خدمات خود را بطور مستقیم یا غیرمستقیم و بصورت جزئی یا کلی به مصرف کننده عرضه بدارد. تامین کنندگان سازمان صدا و سیما عبارتند از: افراد، موسسات و شرکتهایی که مواد و تجهیزات (استودیویی، ایستگاه فرستنده، پخش و ...)، عوامل برنامه سازی (تهیه کنندگان، فیلم سازان، بازیگران، نویسندگان و ...)، محصول آماده رسانه ای (فیلم و سریال، موسیقی، تیزر و ...)، ایده و داستان (فیلم نامه، سوژه و ...) عرضه می کنند، از تامین کنندگان سازمان صدا و سیما هستند.

ذینفعان/ نهادها

ذینفعان سازمان که در سند راهبردی سازمان ذکر شده است عبارتند از: رهبری، قوه مجریه، قوه قضائیه، قوه مقننه و نهادهای زیرمجموعه آنها. (معاونت پژوهش، برنامه ریزی و نظارت، ۱۳۹۶، صص ۹-۱۰)

تعالی سازمانی

تعالی سازمانی به معنای تعهد سازمانی به رشد و توسعه پایدار و دایمی شرکت در جهت کسب رضایت مشتری و افزایش مستمر سودآوری شرکت در یک محیط ملی فراگیر و حمایت کننده می باشد. تعالی سازمانی تابع شرایط خاص، فرهنگ، محیط داخلی و خارجی و کسب و کار، ویژگی نیروی انسانی سازمان، نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدهایی است که سازمان را دربرگرفته است. در یک کلام، مسیر برتری و تعالی سازمانی، شناسایی، تشخیص، توسعه و گسترش

	توسعه	
۷	شایستگی مرکزی	قابلیت چند ریسکی، مهارت و دانش افزایش تکنولوژیها، ارتباط بسته با مشتریان و عرضه 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 یکی از فناوریهای نوین (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.

فناوری های نوین ارتباطی

فناوری های نوین ارتباطی عبارتند از: مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، حمایت یا مدیریت دستگاه 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 افزون تر یا تقویت کند، فناوری تلقی می شود از این دیدگاه، فناوری های 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 فناوری های 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

انعطاف پذیری و هزینه به طریق هماهنگ (به پیش رفتن همزمان)". (منور و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۷) "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". (کید، ۲۰۰۰: ۹۴) "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". (شریفی و ژانگ، ۱۹۹۹: ۸۷) جدول ذیل نمایشگر شاخصها و مصادیق چابک سازی سازمانی می باشد. (زنجیرچی و همکاران، ۱۳۸۸)

جدول شماره 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 تولیدسفرارشی	کالا و خدمات با حجم اطلاعات و ارزش افزوده بالا، کیفیت در سراسر عمر محصول، تصمیم درست و به موقع، زمان کوتاه چرخه

همکاران، ۲۰۰۵). 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 می توان 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 می شود 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 می کند که موجب ایجاد بیشترین کارایی در کمترین زمان ممکن در ارائه محصول و خدمات می شود. نتیجه اینکه تکنولوژیهای نوین یکی از راههای تحقق این مولفه ها در سازمان های رسانه ای است و اتوماسیون یکی از این تکنولوژیهای راهبردی است. طی این تحقیق تلاش می کنیم تا به این سوال پاسخ دهیم: فناوریهای نوین چه تاثیری در چابک سازی سازمان رسانه‌ای دارد و چه مدل مفهومی می توان ارائه داد؟ برای یافتن پاسخ این سؤال به بررسی وضعیت مولفه های موثر بر چابک سازی در رسانه و تاثیر بکارگیری فناوریهای نوین (اتوماسیون) بر این مولفه ها می پردازیم. یعنی: آیا بکارگیری اتوماسیون باعث بهبود انعطاف‌پذیری سازمان رسانه‌ای می شود؟ 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؟

۵- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت، اکتشافی و از لحاظ نوع، کاربردی است و از روش پیمایشی استفاده شده است.

تردید فناوری‌های نوین ارتباطی تحولات گسترده‌ای را در تمامی عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی بشر به دنبال داشته و تأثیر آن بر جوامع شهری به‌گونه‌ای است که جهان امروز به‌سرعت در حال تبدیل شدن به یک جامعه اطلاعاتی است. جامعه‌ای که در آن دانایی و میزان دسترسی و استفاده مفید از دانش، دارای نقش محوری و تعیین‌کننده است (اسکندری، ۱۳۹۳: ۳۴).

اتوماسیون

اتوماسیون عبارت است از متصل کردن اجزای اطلاعاتی بخش های مختلف یک سازمان در قالب یک بستر نرم‌افزاری 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 اتوماسیون‌ها می توان به افزایش ضریب امنیت در نگهداری و پشتیبان گیری از اطلاعات اشاره نمود. بعبارتی اتوماسیون یعنی خودکارشدن عملیات خودکارسازی مجموعه‌ای از فرآیندها برای ثبت، نمایش و مدیریت روندهای اداری، فنی و مالی می‌باشد. سامانه اتوماسیون سامانه‌هایی هستند که در آنها کار به دقت آنالیز می‌شود و برای کارهای تکراری یا کارهایی که توسط هوش مصنوعی قابل انجام است، سیستم نرم‌افزاری یا سخت‌افزاری خاصی طراحی می‌شود و سایر کارها که نیاز به هوش و قدرت تصمیم‌گیری انسانی دارد توسط انسان انجام می‌شود. سامانه اتوماسیون می تواند کلیه فرآیندهای کسب و کار یک سازمان را دربرگیرد و با استفاده از ویژگی‌های سیستم‌های دیجیتال مثل سرعت انتقال داده، انعطاف‌پذیری، یکپارچه‌سازی فرآیند مکاتبات اداری و همچنین تولید، پخش، آرشیو محتوا و مدیریت آنها، علاوه بر کاهش زمان تولید برنامه، موجب افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و عدم نیاز به نیروی انسانی زیاد می‌شود. (کهزادی و مهرانی، ۱۳۹۲، ص ۱۲)

۴- اهداف پژوهش:

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 (وایت و

جدول شماره ۲: رتبه مولفه‌های موثر بر چابک سازی سازمان رسانه‌ای در صورت استفاده از اتوماسیون در رسانه

رتبه بندی مولفه ها	امتیاز نهایی مولفه	درصد امتیاز سنجه	سنجه	مولفه ها
۳۲٪	۷۴٪	۷۱٪	افزایش سرعت و کاهش زمان*	افزایش سرعت
		۷۶٪	امکان دریافت بازخورد سریع	
		۷۷٪	امکان ایجاد ارتباط سریع و دقیق با واحدهای داخل سازمان و سازمانهای دیگر	
		۷۳٪	تسهیل استخراج اطلاعات و گزارشگیری	
		۷۱٪	افزایش سرعت پردازش و تحلیل داده‌ها	
۳۳٪	۷۱٪	۷۶٪	بهبود فرآیند انجام کار در سازمان	ارتقاء شایستگی سازمانی
		۶۸٪	افزایش مهارت کارکنان	
		۷۱٪	افزایش کارایی	
		۷۲٪	افزایش همکاری میان واحدهای مختلف	
		۷۰٪	ارتقاء کیفیت خدمات	
		۶۸٪	صحت اطلاعات	
		۷۵٪	صرفه جویی	
۳۴٪	۷۵٪	۷۵٪	افزایش پاسخگویی به مشتریان/مخاطبان	بهبود پاسخگویی سازمان
		۷۳٪	افزایش دقت و کاهش خطا	
		۷۱٪	ایجاد سامانه یکپارچه گردش اطلاعات در سازمان	
		۷۵٪	مشاهده گردش کار	
		۷۷٪	افزایش نظارت و کنترل بر گردش اطلاعات و عملکرد	
۳۸٪	۶۷٪	۶۸٪	افزایش انعطاف پذیری در ارائه خدمات	بهبود انعطاف-پذیری سازمان
		۶۱٪	پذیرش اعمال تغییرات	
		۶۹٪	کاهش هزینه و زمان اعمال تغییر	
		۷۰٪	ایجاد داده‌های یکسان و معتبر	

تکنیک‌های مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات تکنیک پرسشنامه است. شیوه نمونه‌گیری این پژوهش غیر تصادفی هدفمند است. جامعه آماری مدیران و کارکنان واحدهای اطلاعات و برنامه‌ریزی، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و مرکز طرح و برنامه سازمان صداوسیما، ۱۶۰ نفر به روش غیر تصادفی هدفمند انتخاب و توزیع پرسشنامه میان آنان انجام شد. افراد مذکور می‌بایست در جریان یکی از مراحل تصویب و راه‌اندازی یکی از فناوری‌های نوین ارتباطی در سازمان صداوسیما بوده باشند تا ضمن آشنایی کامل با انواع سامانه‌های مورد استفاده در واحدهای صف و ستاد رسانه ملی، بر جریان انتخاب سیستم نرم‌افزاری و موانع و مراحل پیاده‌سازی آن اشراف کامل داشته باشند. حجم نمونه این پژوهش ۱۶۰ نفر در مرحله توزیع پرسشنامه است. تحلیل داده‌ها بر مبنای تدوین پرسشنامه تحقیق چهار شاخص و مولفه از شاخص‌های جدول شماره ۱ است. پس از تکمیل پرسشنامه توسط پاسخگویان، داده‌های پرسشنامه از طریق نرم‌افزار اسپاس اس استخراج شد، تحلیل‌های توصیفی و تحلیل‌های استنباطی انجام گرفت (جدول شماره ۲، ۳ و ۴) و با استفاده از معادلات ساختاری نتایج تحلیل، و روابط میان متغیرها شناسایی شد و آزمون فرضیه تحقق یافت. متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش میزان تأثیر بکارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی در چابک سازی فرایندهای تولید محتوا در رسانه، از جدول شماره ۱ که شامل شاخص‌ها و مصداق‌های چابکی سازمان است، چهار مؤلفه (از مجموع ۸ مؤلفه) انتخاب و توسط پرسشنامه مورد نظرسنجی قرار گرفت. چهار شاخص مورد بررسی عبارت‌اند از: چهار شاخص مورد بررسی عبارت‌اند از: سرعت، انعطاف پذیری، شایستگی و پاسخگویی. این چهار شاخص کیفی از طریق مصداق‌های کمی مورد نظرسنجی قرار گرفتند. مصداق‌های کمی چهار مؤلفه مذکور در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است. پس از انجام مرحله دوم تحقیق یعنی توزیع پرسشنامه ها و استخراج داده‌ها، یافته‌های زیر از پژوهش بدست آمد.

جداول توصیفی و استنباطی:

شرح جداول توصیفی و استنباطی بشرح زیر است:

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

طبق جدول بالا تاثیر مولفه‌های چابک سازی به شرح زیر است:

اول: میزان تاثیر کاربرد اتوماسیون در "افزایش سرعت انجام کار"

در میان سنجه‌های این مولفه؛ استفاده از اتوماسیون (اتوماسیون اداری/تولید) 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 داده‌ها بطور مشترک با امتیاز ۷۱ درصد بر افزایش سرعت انجام کار موثرند. بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه‌ای ثابت می‌شود.

دوم: میزان تاثیر کاربرد اتوماسیون در "ارتقاء شایستگی سازمانی"

در میان سنجه‌های این مولفه؛ استفاده از اتوماسیون بیشترین تاثیر را بر بهبود فرایندهای کاری با امتیاز ۷۶ درصد دارد. از نظر پاسخگویان بکارگیری اتوماسیون موجب صرفه‌جویی می‌شود. این سنجه با امتیاز ۷۵ درصد این مورد را تایید می‌کند. افزایش همکاری میان واحدهای مختلف با امتیاز ۷۲ درصد که به عقیده پاسخگویان از کاربرد اتوماسیون ناشی می‌شود به ارتقاء شایستگی سازمانی کمک می‌کند. بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه‌ای ثابت می‌شود.

سوم: میزان تاثیر کاربرد اتوماسیون در "بهبود پاسخگویی"

در میان سنجه‌های این مولفه؛ استفاده از اتوماسیون بیشترین تاثیر را بر افزایش نظارت و کنترل بر گردش اطلاعات و عملکرد با امتیاز ۷۷ درصد دارد. به این معنا که با بکارگیری اتوماسیون امکان نظارت بر گردش عملکرد زیاد است و می‌توان بر گردش اطلاعات کنترل داشت. افزایش پاسخگویی به مشتریان و مشاهده گردش کار با امتیاز یکسان ۷۵ درصد

نقش اتوماسیون را در بهبود پاسخگویی سازمان را کاملتر می‌کند. افزایش دقت و کاهش خطا با امتیاز ۷۳ درصد بهبود پاسخگویی سازمان را تایید می‌کند. بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه‌ای ثابت می‌شود.

چهارم: میزان تاثیر کاربرد اتوماسیون در "بهبود انعطاف پذیری"

در میان سنجه‌های این مولفه؛ استفاده از اتوماسیون در ایجاد داده‌های یکسان و معتبر با امتیاز ۷۰ درصد از میان سنجه‌های دیگر تاثیر بیشتری دارد. کاهش هزینه و زمان اعمال تغییر با امتیاز ۶۹ درصد در بهبود انعطاف‌پذیری سازمان موثر هستند. افزایش انعطاف پذیری در ارائه خدمات با امتیاز ۶۸ درصد نقش مهم دیگر کاربرد اتوماسیون است. بنابراین تاثیر این مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه‌ای ثابت می‌شود.

بعد از بررسی سنجه‌های هر مولفه، موضوع بعدی میزان تاثیر هر مولفه بر چابک سازی سازمان رسانه‌ای است که مورد بررسی قرار می‌گیرد.

طبق جدول رتبه بندی مولفه‌های موثر بر چابک سازی سازمان رسانه‌ای در صورت استفاده از اتوماسیون، امتیاز مولفه تاثیر کاربرد اتوماسیون در "افزایش سرعت انجام کار"، "ارتقاء شایستگی سازمانی"، "بهبود پاسخگویی سازمان" و "بهبود انعطاف‌پذیری 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. کاربرانی که 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 کارهای جاری سازمان را انجام می‌دهند و میزان دسترسی و کاربری آنها به اتوماسیون بالا است، و بدلیل اینکه بکارگیری این فناوریها موجب افزایش

گزارشگیری و ... را نیز فراهم می‌کند. بنابراین به این مولفه امتیاز بالایی داده‌اند و آنرا مهمترین مولفه در چابک سازی سازمان رسانه‌ای می‌دانند.

معادلات ساختاری:

برای استخراج نتایج داده‌ها تحقیق علاوه بر آمار توصیفی، از رگرسیون چندمتغیره، مدل اندازه‌گیری، تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و مدل برازش با بهره‌گیری از نرم افزارهای SPSS و AMOS استفاده شده است. که نتایج زیر بدست آمد:

جدول شماره ۳: مقادیر اثر مستقیم مولفه‌ها در مدل ساختاری چابک سازی سازمانه های رسانه ای

سطح معناداری	مقدار t	خطای استاندارد	مقدار استاندارد شده β	مقدار برآورد	اثر مستقیم متغیرها در مدل
$<0.01P$	۱۹/۴۳	۰/۱۴	۰/۹۰	۰/۷۶	افزایش سرعت انجام کار بر روی چابک سازی سازمانهای رسانه ای
$<0.01P$	۱۹/۴۷	۰/۱۷	۰/۹۵	۰/۸۰	ارتقای شایستگی سازمان بر روی چابک سازی سازمانهای رسانه ای
$<0.01P$	۱۷/۲۱	۰/۲۲	۰/۸۴	۰/۶۶	بهبود پاسخگویی سازمان بر روی چابک سازی سازمانهای رسانه ای
$<0.01P$	۱۷/۱۹	۰/۲۵	۰/۸۰	۰/۶۰	بهبود انعطاف‌پذیری سازمان بر روی چابک سازی سازمانهای رسانه ای

نتایج بدست آمده در مدل ساختاری (جدول شماره ۴) نشان می‌دهد:

- در بررسی ضرایب رگرسیونی مشخص می‌شود مولفه افزایش سرعت انجام کار با ضریب اطمینان ۹۹ درصد ($P < 0.01$) معنی‌دار است یعنی تاثیر مستقیم بر روی چابک سازی سازمانهای رسانه ای دارد.
- در بررسی ضرایب رگرسیونی مشخص می‌شود مولفه ارتقای شایستگی سازمان با ضریب اطمینان ۹۹ درصد

سرعت ارائه خدمات و کاهش مدت زمان انجام کارها می‌شود، و امکان استخراج اطلاعات و گزارش‌گیری 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 سهل‌تر 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 اتوماسیون 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 نرم‌افزاری ارائه خدمات سهل‌تر و سریعتر می‌شود. همچنین از آنجا که تغییرات نیز اجتناب‌ناپذیر 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،

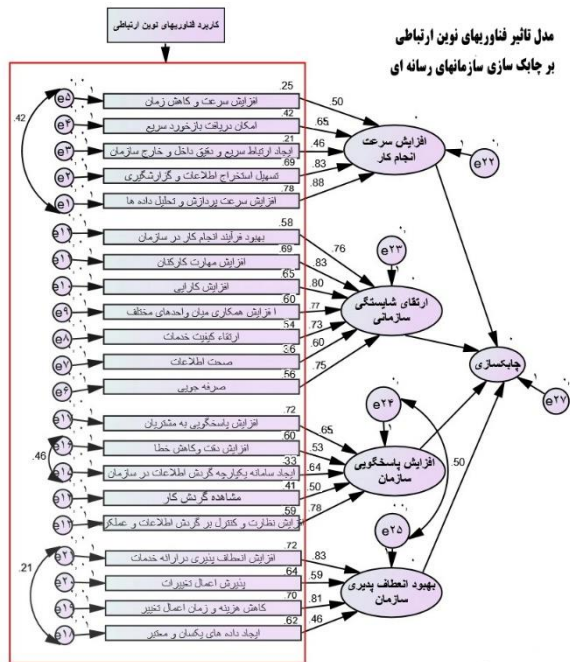
نتایج بدست آمده در مدل ساختاری (جدول ۳) نشان می‌دهد:

- مقادیر تمامی شاخص‌ها نشان دهنده برازش مناسب و قابل قبول با ضریب اطمینان ۹۵ درصد ($P > 0/05$) برای مدل مفهومی تحقیق می‌باشد. بر اساس مقادیر بدست آمده در مدل تاثیر فناوریهایی نوین ارتباطی بر چابک سازی فرایندهای تولید رادیویی و تلویزیونی، شاخص‌های آزمون برازندگی دارای نکویی برازش است.

مدل مفهومی تحقیق

بر اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های بکار گرفته شده در تحقیق برای بررسی میزان تأثیرگذاری بکارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی (اتوماسیون اداری و تولید) در چابک‌سازی سازمان های رسانه ای؛ مدل مفهومی زیر به دست آمد:

شکل شماره ۱ - مدل مفهومی چابک سازی سازمانهای رسانه ای در صورت استفاده از فناوریهایی نوین



۶- بحث و نتیجه گیری

با ظهور فناوری‌های نوین و پیدایش زمینه‌های جدید در ارائه خدمات به مشتریان، فرآیند کسب و کارها نیز دچار تغییرات و بعضاً نوآوری شدند و عرصه رقابتی جدید برای سرویس دهندگان بوجود آمد. سازمانهای رسانه‌ای نیز از این تغییر و تحول مستثنی نیستند. در راستای همین تغییر، سازمانهای

($P < 0/01$) معنی دار است یعنی تاثیر مستقیم بر روی چابک سازی سازمانهای رسانه ای دارد.

- در بررسی ضرایب رگرسیونی مشخص می‌شود مولفه بهبود پاسخگویی سازمان با ضریب اطمینان ۹۹ درصد ($P < 0/01$) معنی دار است یعنی تاثیر مستقیم بر روی چابک سازمانهای رسانه ای دارد.

در بررسی ضرایب رگرسیونی مشخص می‌شود مولفه بهبود انعطاف پذیری سازمان با ضریب اطمینان ۹۹ درصد ($P < 0/01$) معنی دار است یعنی تاثیر مستقیم بر روی چابک سازی سازمانهای رسانه ای دارد.

جدول شماره ۴: شاخص‌های برازش مدل تاثیر فناوریهایی نوین

ارتباطی بر چابک سازی سازمانهای رسانه ای

عنوان شاخص	معنی عنوان شاخص	مقدار	دامنه مورد قبول	نتیجه
X2	خی دو	۲/۱۰	$P > 0/05$	تایید مدل
X2/df	خی دو نسبی	۱/۰۵	$X2/df < 3$	تایید مدل
RMSEA	ریشه میانگین مجذورات خطاهای برآورد	۰/۰۶۱	$RMSEA < 0/09$	تایید مدل
SRMR	ریشه میانگین مربعات باقی مانده استاندارد شده	۰/۰۰۶	$SRMR < 0/05$	تایید مدل
GFI	نیکویی برازش	۱/۰۰	$GFI > 0/90$	تایید مدل
AGFI	نیکویی برازش اصلاح شده	۰/۹۸	$AGFI > 0/80$	تایید مدل
NFI	شاخص برازش اصلاح شده	۱/۰۰	$NFI > 0/90$	تایید مدل
NNFI	شاخص برازش اصلاح نشده	۱/۰۰	$NNFI > 0/90$	تایید مدل
CFI	شاخص برازش تطبیقی	۱/۰۰	$CFI > 0/90$	تایید مدل
IFI	شاخص برازش فزاینده	۱/۰۰	$IFI > 0/90$	تایید مدل
RFI	شاخص برازش نسبی	۰/۹۹	$RFI > 0/90$	تایید مدل

فرایندگرا را جایگزین فعالیت های وظیفه‌گرای سازمان می نماید. بنابراین، سازمان از حالت وظیفه‌گرایی به سوی فرایندمحوری حرکت می‌کند که موجب سرعت بخشیدن به روند انجام کار و کاهش هزینه‌ها و در نتیجه ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان می‌شود. اصلاح و استانداردسازی ساختار: کاهش سلسله‌مراتب، افقی‌سازی ساختار و یکپارچه کردن آن بر اساس مأموریت‌ها و فرایندها اتفاق می‌افتد که موجب کارآمد شدن سیستم ساختاری و تناسب آن با تغییرات می‌شود. بدین ترتیب دیگر ساختارهای سازمان که بر اساس رسمیت، تمرکز و پیچیدگی طراحی می‌شوند باید جای خود را به رویکرد جدید طراحی ساختار بدهند که قدرت انعطاف‌پذیری، هم‌افزایی و تعالی سازمانی را بالا می‌برند. واحدهای هم‌کارکرد و فعالیت‌های موازی حذف یا در یکدیگر ادغام شوند. اصلاح ساختار باعث می‌شود همه واحدها هماهنگ و یکپارچه شوند و در نتیجه ارتباط موثر در سازمان تضمین خواهد شد.

پیشنهادات حاصل از تحقیق

پیشنهادات حاصل از تحقیق عبارتند از:

- شناخت وضعیت کنونی فرایندها در سازمان؛
- آسیب شناسی وضع موجود؛
- ارائه راه حل مناسب برای تحول از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب؛
- استفاده از فناوری‌های مناسب و متناسب با فعالیتهای سازمان؛
- نهادینه کردن فرهنگ به کارگیری فناوری اطلاعات در تصمیمات و اقدامات سازمان؛
- مهندسی مجدد جهت بهبود فرآیندهای کاری سازمان از طریق به‌کارگیری فناوری‌های نوین؛
- استانداردسازی روابط درون و برون سازمانی، فرایندها و ساختار؛

رسانه‌ای با توجه به اهداف، فرهنگ، قوانین، منابع، فناوری و فرآیندهای سازمانی باید روش مناسبی را اتخاذ کنند تا بوسیله تعامل بخشهای مختلف، سازمان خود را به سمت تعالی هدایت کنند. یکی از جدیدترین شکلهای سازمانی برای مقابله با این تغییرات، سازمان چابک میباشد. یکی از راهکارهای توانمندسازی، برای چابکی سازمانها، فناوری های نوین است. نتایج این پژوهش نشان میدهد که به کارگیری فناوری نوین اثر مستقیمی بر چهار متغیر چابک سازی مانند سرعت انجام کار، ارتقای شایستگی سازمانی، انعطاف پذیری و پاسخگویی دارد و بیشترین تأثیر آن بر متغیر ارتقاء شایستگی سازمانی است. استفاده از فناوری نوین موجب افزایش سرعت، افزایش کارایی، صرفه جویی در زمان و هزینه، انعطاف پذیری، امکان گزارش گیری سریع، امکان کنترل و ... می شود. عبارتی دیگر فناوریهای نوین ابزار کارآمدی است که از طریق آن انتقال اطلاعات، آمارها و نیز دستورالعمل‌ها به صورت کاملا یکپارچه و آسان انجام می‌گیرد و بدین ترتیب طبقه بندی، تبادل، تنظیم و تصحیح اطلاعات میسر می شود. تأثیر بکارگیری فناوری‌های نوین (اتوماسیون) در چابک سازی سازمان صدا و سیما قابل تعمیم به سایر سازمانهای رسانه‌ای است. بنابراین سازمانهای رسانه‌ای برای چابک‌سازی نیازمند یکسری اصلاحات هستند که عبارتند از: اصلاح و استانداردسازی روابط درون و برون سازمانی: یعنی هماهنگی میان واحدهای مختلف و نیروی انسانی درون سازمان، و میان سازمان با محیط بیرون (مخاطبان و مشتریان، تامین کنندگان، نهادهای تأثیر گذار و...) اصلاح می شود. در واقع زیرساختی جامع برای برقراری ارتباط واحدهای سازمانی فراهم و امکان انطباق با تغییرات کلان محیطی یا سازگاری با تغییر در نیازهای مشتریان و فعالیت‌های رقبا، ایجاد می‌شود. روابط درون و برون سازمانی عامل موثری برای همگرایی، همبستگی و یکپارچگی است. اصلاح و استانداردسازی فرآیندها: آنچه که باید اتفاق بیافتد وصله کردن پارگی‌ها نیست، بلکه کنار گذاشتن روش های قدیمی و ایجاد نگرشی تازه برای روشهای بهتر در اجرای کارها است. طراحی مجدد فرایندها بصورت کارا، فعالیت های غیر ضروری را حذف و فعالیت‌های موازی را ادغام می کند. مهندسی مجدد فرایندها فعالیت های

پی نوشت:

- [1] اینجست (Ingest) اصطلاحی است برای تبدیل فرمت آنالوگ به فرمت دیجیتال.
- [2] پلی آوت (PlayOut) اصطلاحی است برای مخابره کانال‌های رادیویی یا تلویزیونی از پخش کننده به شبکه‌های پخش که محتوا را به مخاطب تحویل می دهند.
- [3] شرکت مدیریت رسانه در انگلستان - Red Bee

منابع فارسی:

۱. اسکندری، سعید (۱۳۹۳)، بررسی و مقایسه سامانه های اتوماسیون تلویزیونی، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه صدا و سیما.
۲. امید، حسین (۱۳۹۳)، چرخه اتوماسیون تلویزیونی (تولید، پخش، آرشیو)، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه صدا و سیما.
۳. باقری، میثم (۱۳۹۵)، چالش‌های 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/-98hvR4h6?p_p_auth=
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/-12583489/261571/56/journal_content/...vR4h6?p_p_auth=
۶. خدایاری، علی، کمالی، مسعود (۱۳۸۷)، طراحی اتوماسیون رادیو و پیاده سازی متادیتا، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه صدا و سیما.
۷. خجسته، حسن (۱۳۸۶)، عناصر اصلی ساخت دهی سازمان های رسانه ای و مقایسه ساختار سازمانی صدا و سیما، فصلنامه رسانه، شماره ۷۱.

۸. روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۶) چستی مدیریت رسانه، فصلنامه رسانه، شماره ۷۰.
۹. زنجیرچی، سیدمحمود، ابراهیم زاده پزشکی، رضا، عرب، سیدمحمود، (۱۳۹۰)، مدل کانو و کاربرد آن در ارزیابی نیازهای دانشجویان. پنجمین همایش ارزیابی کیفیت در نظام دانشگاهی، دانشگاه تهران.
۱۰. کهزادی، داود، مهرانی، غلامرضا (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.
۱۱. گیل، دیوید و آدامز، بریجت (۱۳۸۴)، الفبای ارتباطات، ترجمه مهران مهاجر و محمد نبوی، چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
۱۲. معاونت فناوری و رسانه‌های نوین سازمان صدا و سیما (۱۳۹۴)، مدیریت رسانه در BBC.
۱۳. معاونت پژوهش، برنامه ریزی و نظارت (۱۳۹۶)، سند راهبردی.

منابع انگلیسی:

14. Ali Hussein, Z, Abdul Razak. I, and handran, G.V (2010), " Supply chain integration: an empirical study on manufacturing industry in Malaysia", Journal of systems and information technology 12.
15. 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.
16. 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.
17. Ajzen, I.(2005), Attitudes, Personality and Behavior, Second Edition, POLAND: Open University Press
18. Barney, Jay B. & Ricky W. Griffin (1992). The Management of Organization. Boston: Houghton Mifflin company.
19. Carmen, María-del- Alarcón-del-Amo, Alex Rialp-Criado, Josep Rialp-Criado(2017). Examining the impact of managerial

- involvement with social media on exporting firm performance, *International Business Review*.
20. Desouza, C., Roy, S. (2010), Measuring agility of networked organizational structures via network entropy and mutual information. *Applied Mathematics and Computation* 216 :2824-2836.
 21. Fredrickson, James W. (1996). The strategic decision process and organizational structure, *Academy of Management Review*. vol.11, No.2
 22. kid, P.T (1996): A 21st century paradigm in agile manufacturing: Forging new frontiers, Addison-Wesley, Wokingham.
 23. 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
 24. Mintzberg Henry (2009). *Managing*, Berrett & Kohler publishing inc.
 25. Ogunsiji, & Akanbi (2013). The Role of Perceived Environmental Uncertainty and Strategic Agility on the Performance of Selected Banks in Oyo State of Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 3(7), 23-31.
 26. Qin, R., and Nembhard, D.A (2010), Workforce Agility for Stochastically Diffused Conditions-A Real Options Perspective, *International Journal of Production Economics*, 125. mutual information. *Applied Mathematics and Computation* 216 :2824-2836.
 27. Sharifi.H & Zhang.Z (1999) . "A methodology for achieving agility in manufacturing organizations", *Int.J.Production Economics*, Vol.62 (1999).
 28. Sharpe, R. (2012) "Agile University: Building the Innovation and Improvement for a Better Student Experience" Higher Education SEMINAR. Thursday 15th. www.elementaleadership.co.
 29. White, A., Daniel, EM. and Mohdzain, M. (2005), "The role of emergent information technologies and systems in enabling supply chain agility", *International Journal of Information Management*, 25(5).