

مدیریت و سازماندهی در مطبوعات ایران

نزهت اکبری فرکارشناسی ارشد تحقیق در علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

(نویسنده و عهده‌دار مکاتبات) LiLi_1349563@yahoo.com

چکیده

مدیریت یکی از مهمترین کوششهای انسانی است و همه مدیران در هر رده و سازمانی وظیفه‌ی بنیادی طراحی و پایا نگه داشتن محیطی را به عهده دارند که افراد در آن از راه همکاری و به گونه‌ای گروهی بتوانند ماموریتها و هدفهای برگزیده‌ای را به اجرا در آورند، مدیریت در سازمان‌های مطبوعاتی نیز دارای همین خصوصیات است، مدیران مطبوعاتی مانند مدیران دیگر سازمان‌ها باید به اصول و پایه‌های مدیریت علمی آشنا بوده و بدانند که آنچه می‌تواند محیط سازمان را به سمت و سوی استانداردهای مطلوب پیش ببرد شناخت درست و علمی از مدیریت است. تیپور و ویژگی‌های مدیریت علمی را در سه فاکتور خلاصه کرده است.

۱- ایجاد علم واحد برای انجام هر جزء کار

۲- گزینش علمی کارکنان و آموزش و تربیت آنان

۳- همکاری صمیمانه مدیر با کارکنان

مدیران در مرکز یک پنج ضلعی قرار گرفته‌اند که شاخه‌های آن عبارتند از: مشتریان، سازمان، خود فرد، افراد و گروه‌های کاری، کار (ماموریت)

یک مدیر موفق، باید توجه لازم را به تمام موارد مذکور داشته و مدیریت صحیح را بر آن‌ها اعمال کند، منابع انسانی سازمان (افراد گروه‌های کاری) یکی از با ارزش ترین مقوله‌های این ۵ ضلعی برای مدیران مطبوعاتی محسوب می‌شوند بنابراین مدیران این سازمان‌ها بایستی با به کار بستن دانش و اطلاعات مدیریتی خود پیامدهای دلخواه و محصول کار(خبر) مناسب را با ایجاد نوعی مدیریت اقتضایی بر این سازمان‌ها ایجاد نمایند.

مدیریت سازمان‌های مطبوعاتی در حوزه‌ی مدیریت فرهنگی جای می‌گیرد و مدیران فرهنگی نیز مانند سایر مدیران باید راهکارهای موفقیت در مدیریت انسانی را شناخته و از آن بهره کافی ببرند در ضمن آنکه آنها باید بدانند در حوزه‌ی مدیریت منابع انسانی مدیریت افراد صاحب نظر در امور فرهنگی و بعضاً سیاسی - اجتماعی را به عهده دارند، افرادی که دارای اندیشه و افکار جدید و قابل طرح در سازمان برای پیشبرد اهداف سازمانی خویش هستند، مسلماً مدیریت بر این افراد اگر به شکل مدیریت مشارکتی باشد می‌تواند بهترین راهکار برای رساندن سازمان به اهدافش تلقی شود، در مدیریت مشارکتی اعضا در تصمیماتی که در سازمان اتخاذ می‌شود صاحب نفوذند، استفاده از کمیسیون، جلسه، شورا بحث و مذاکرات گروهی، صندوق پیشنهادات، نظر خواهی و مراجعه به افکار و عقاید عمومی از جمله مکانیسم‌ها و تدابیری است که می‌تواند در این نوع مدیریت به کار گرفته شود.

گروهی به علت عواملی همچون سبک بالای مدیریت مشارکتی این نوع مدیریت را تقبیح کرده‌اند ولی به نظر می‌رسد با به کارگیری نظریه اقتضا اینکه یک مدیر توانا تشخیص دهد تا چه زمانی و تا چه حدی می‌تواند مشارکت را تشویق و به کار برد بهترین راهکار موجود است.

متأسفانه بر اساس آنچه از تحقیقات و پژوهش‌های مختلف به دست آمده از لحاظ تاریخی، کار رسانه‌ای در ایران صرفاً کار سیاسی تلقی شده و به عنوان یک کار حرفه‌ای بدان توجه نشده است چنانچه این مسئله شامل انواعی از مطبوعات مثل مطبوعات ورزشی، علمی و... که هیچ ارتباط معناداری با مسائل سیاسی نیز ندارند مشهود است. مدیران مطبوعاتی، با به کارگیری مطبوعات به عنوان

وسيله‌ای در جهت انتقال ایده‌ها و افکار سیاسی خود اصول مدیریت یک سازمان فرهنگی و حرفه‌ای را به فراموشی سپرده و صرفاً به تبلیغ و توزیع عقاید سیاسی خود در سازمان می‌پردازند، آنچه آنها بدان به عنوان خبر می‌پردازند نه هیچ ارتباطی به علاقه عمومی نه به عمل و نه حتی به هیجان (اصول مهم خبر) دارد، مدیران مطبوعاتی با استفاده از رانتهای اقتصادی با بهانه‌های مختلف نسبت به اهداف سیاسی قدرت برتر حالت جانبدارانه گرفته و وظیفه اصلی خود را که انتقال اخبار صحیح، شفاف و جامع است به فراموشی سپرده‌اند، بر اساس تحقیق میدانی که در بین سه روز نامه مبدا از تهران که ۱۰ سال متوالی فعالیت داشته‌اند انجام گرفته است، اکثر خبرنگاران شرایط موجود در مطبوعات ایران را از وضعیت مطلوب مطبوعات موفق دور دانسته‌اند آنها با پاسخهای خود مطبوعات ایران و کار در آن را صرفاً سیاسی دانسته‌اند و نه حرفه‌ای همچنین عنوان کرده‌اند که در وضعیت موجود مدیران و سردبیران و تعصبات و نظرات شخصی خود را بر عدم تعریف وقایع ارجح دانسته‌اند، آنها با دادن نمرات پایین به مدیریت مطبوعاتی حال حاضر ایران مهمترین مشکل مدیران مطبوعاتی را عدم اطلاع و آگاهی از مدیریت و سازماندهی علمی دانسته‌اند و جناحی و حزبی عمل کردن مطبوعات مستقل را تقبیح کرده‌اند، خبرنگاران پاسخگو مدیریت مشارکتی را به علت اینکه کارکنان مطبوعات دارای تخصص و تجربه بالا در زمینه کار خود هستند بهترین نوع مدیریت دانسته و ادعا داشته‌اند که این نوع مدیریت را برای موسسات خویش می‌سپردند، نتایج این تحقیقات بیانگر آن بوده است که انقلاب اسلامی تاثیر مثبتی بر نوع مدیریت مطبوعات نداشته و حتی دروازه بانی را بیشتر کرده است، حتی تحولات سیاسی جریان اصلاحات نیز جوحاکم بر مدیریت مطبوعاتی را در کشور تغییر نداده است.

واژگان کلیدی: مدیریت، مطبوعات، مدیریت علمی، تحولات سیاسی

مقدمه

جامعه پذیری رسانه ای، فرد را با طیف فوق العاده وسیعی از مردم که تنها به طور غیر مستقیم شناخته می شوند، آشنا می سازد؛ طبقات مختلف از جمله طبقه جوان از طریق رسانه های گروهی مطالبی درباره نقشهای آینده خود، موفقیت، زیبایی، مادیات و معنویات یاد می گیرند و تغییرات هنجارها و ارزشهای اجتماعی به سرعت در رسانه های گروهی منعکس می شوند و ممکن است از سوی مردمی که به نحو دیگری ممکن نبود به آسانی به آنها دسترسی یابند پذیرفته شوند مثلاً گسترش سریع گرایش های جدید در ارزشهای فرهنگی جامعه عمدتاً بستگی به رسانه ها دارد. (ضیغمی، ۱۳۷۷، ۶۰) بنابراین می توان اذعان داشت که دردنیای کنونی که ارتباطات و آگاهی از طریق رسانه ها به عنوان شاخص عمده پیشرفت جوامع در نظر گرفته شده است توجه و شناخت از چگونگی اداره این موسسات امری ضروری به نظر می رسد.

سازمانهای مطبوعاتی از جمله سازمانهای رسانه ای محسوب می شوند که مدیریت اعمال شده بر آنها اهمیت بسیار زیادی دارد، آنچه رسوایی نیکسون و ماجرای واترگیت را بوجود آورد چیزی نبود مگر مهارت و توانایی سردبیر و مدیر مسئول روزنامه واشنگتن پست یعنی «بن بردلی»؛ مدیریت صحیح و علمی این فرد در روزنامه واشنگتن پست شجاعت و قاطعیت و بیان واقعیت را در فرد، فرد خبرنگاران این موسسه مطبوعاتی سبب شد، چنانچه یکی از مهمترین اوراق تاریخ سیاسی آمریکا توسط این روزنامه قلم خورد. در واقع این «بن» و روزنامه او بود که نیکسون را از کاخ سفید پرتاب کرد، کاری چنان عظیم که در تاریخ روزنامه نگاری جهان بی سابقه است، او اعم از یک دوست خوب یا یک دشمن سرسخت برای افراد مختلف، به عنوان یک مدیر موسسه مطبوعاتی، همواره نقش یک بازیگر برجسته را در عرصه ای که تاریخ ابتدا در آن نوشته می شود ژورنالیسم- به عهده داشته است. (بردلی: ۱۳۷۶، ۹)

معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که فعالیت های خود را از نیمه دوم سال ۱۳۶۸ آغاز کرده است یکی از اولویتهای خود را سیاستگزاری و مدیریت صحیح رسانه ای قرار داده است و در همین راستا سمینارهای متعددی به عنوان بررسی مسائل مطبوعات برگزار کرده است مسئله مدیریت رسانه ای به عنوان یکی از محورهای قابل بحث در این سمینارها مورد بررسی قرار گرفت.

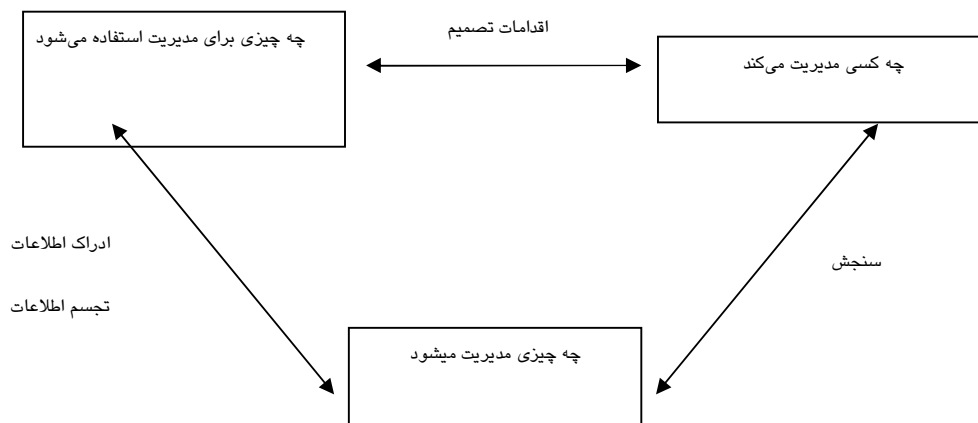
آنچه مهم است کارآیی و اثر بخشی مدیریت و کاربرد صحیح آن در حوزه اداره نیروی انسانی در موسسات مطبوعاتی است، مطبوعات یک کشور در شکل دادن به افکار عمومی و روشنگری در سطح جامعه نقش مهمی را بر عهده دارند و مشکلات این موسسات از عوامل بسیاری نشأت می گیرد که به دو عامل برون سازمانی و درون سازمانی قابل تقسیم هستند. عوامل برون سازمانی موثر در چگونگی ایفای نقش مطبوعات در هر کشور برگرفته از مسائل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موجود در آن کشور است که البته سیستم سیاسی موجود شکل دهنده عمده چگونگی تاثیر عوامل برون سازمانی است؛ ولی آنچه در این مقاله مورد بررسی قرار گرفته است کندوکاوی در عوامل درون سازمانی موثر در اداره مطبوعات ایران است و آنچه بیشتر به آن پرداخته شده است چگونگی مدیریت مطبوعات ایران و سازماندهی نیروی انسانی موجود در این مطبوعات است، البته در کشورهایمانند کشور ما که تمرکز قدرت و انحصار در مسائل سیاسی به نوعی قالب بر پارامترهای دیگر تاثیر گذار بر موسسات رسانه ای است بدون در نظر گرفتن عوامل برون سازمانی بالاخص عوامل سیاسی پرداختن به مدیریت مطبوعات کاری عبث و بیهوده به نظر می رسد، بنابراین در پژوهشهای انجام شده برای این مقاله سعی شده است در سنجش نظر کارکنان روزنامه ها نسبت به مدیریت موسسات خود به تاثیر فراز و نشیب های سیاسی در عرصه مدیریتی و سازماندهی موجود در سازمانهای مطبوعاتی نیز توجه شود. در پروژه تحقیقی این مقاله از کارکنان مطبوعات به عنوان افرادی که از آگاهی های سیاسی و فرهنگی بالایی برخوردار هستند خواسته شده است تا به قضاوتی حساس نشسته و مدیران خود را در این قضاوت به دآوری بنشینند.

در این مقاله با تمرکز بر عواملی مثل: نیروی انسانی، سازماندهی و مدیریت اصولی نظام موجود مدیریتی مطبوعات مورد تحلیل قرار گرفته و فاصله چگونگی مدیریت و سازماندهی مطبوعات داخل کشور با خط استاندارد مورد بررسی قرار

گرفته است، تا با شناخت معضلات و علل‌های دورافتادگی از این خط بتوان به طور اصولی به مسائل و معضلات سازمان‌های مطبوعاتی پرداخته و با ارائه راهکارهایی پیشنهادی در ارتباط با سامان دادن به اوضاع مطبوعات قدمی در این مسیر برداشته شود.

مدیریت و سازماندهی

مدیریت بر نیروی انسانی یکی از مهمترین و شاید اصلی‌ترین مهارت‌های مدیران در سطوح مختلف سازمانی است، کارآمدی افراد در میزان بهره‌وری هر سازمان نقش اساسی را بازی می‌کند، بهره‌وری سازمانها حاصل ضرب دو عامل انگیزش و شایستگی گروه‌های کاری است، مدیر خواه برای سود یا بهره‌وری بیشتر سازمان تلاش کند و یا کارآمدی و عملکرد بهتر کارکنان باید پیوسته مراقب انگیزش و شایستگی افراد و گروه‌های کاری باشد، به عبارت دیگر نیمی از وظایف مدیر، جستجوی همیشگی راه‌های افزایش سطح شایستگی کارکنان است، همواره نمی‌توان مطمئن بود که آمادگی روانی یا تمایل افراد و گروه‌های کاری در سطح بالایی است، هر لحظه امکان دارد یک عامل محیطی با جذابیت بیشتر، تمایل فرد یا گروه را به خود جلب کند و در نتیجه از علاقه فرد یا گروه به یک کار معین بکاهد، این نکته نیز قابل تامل است که حتی اگر هیچ عامل جذاب محیطی دیگر وجود نداشته باشد، باز هم علایق و نیازهای فرد در طی زمان تغییر خواهد کرد. "سازمان و مدیریت آن در هر مقطع زمانی باید پاسخگوی نیازهای فرد در آن مقطع باشد تا بتواند هشتاد تا نود درصد از توانایی‌های افراد را برای کسب اهداف سازمانی به کار گیرد، از طرف دیگر می‌توان گفت که بهره‌وری صرفاً تابع ویژگی‌های فردی نیست بلکه به سازمان و محیط نیز وابسته است، ممکن است افراد دارای انگیزه شدید باشند و تمامی مهارت‌های لازم را برای انجام کار دارا باشند ولی موثر بودن آنها وابسته به حمایت و هدایت از طرف سازمان است و کارشان باید به نحوی با نیازهای محیط سازمانی انطباق داشته باشد". (رضائیان؛ ۱۳۷۷، ۲۸۸). کارشنانند (kursted) سیستم مدیریتی را شامل سه جز «چه کسی مدیریت می‌کند» «از چه چیزی برای مدیریت کردن استفاده می‌شود» «چه چیزی مدیریت می‌شود» دانسته است.



این سه جز کاملاً به یکدیگر وابسته‌اند و در واقع سبک مدیریت را در هر سازمان بوجود می‌آورند، سبک مدیریت عبارت است از «تعبیر تفسیرهای خاصی که شیوهی عملکرد مناسب خود را ایجاد می‌کند» (همان: ۱۸۹) در واقع مدیران از طریق شناسایی صحیح این سه جزء به راحتی می‌توانند زیردستانشان را رشد دهند، برایشان استقلال به ارمغان آورند و مراقب لغزشهایشان باشد.

«پیرمولینر» ویژگی‌های مدیر فرهنگی را چنین بیان کرده است:

۱- صلاحیت فنی خوب

۲- مهارت دربرآورد و پیش‌بینی‌ها به منظور پرهیز از اسراف و هزینه کردن محتاطانه اعتبارات تخصص یافته به فعالیت‌های فرهنگی

۳- توانایی در اتخاذ دیدگاهی جامع و دارابودن تحصیلات مرتبط، مدیر باید بینشی جامع داشته باشد و فقط به مدیربودن بسنده نکند و غرق در آمارها و ارقام انتزاعی نباشد باید دارای روحیه گروهی بوده و توانایی انطباق و قدرت پذیرش انکار، روشها و فنون جدید را داشته باشد.

۴- علاقمند به روابط انسانی، مدیرفرهنگی درحوزه‌های اشتغال دارد که برخوردها و تضادها در آن بسیار شدید است، آموزش فرهنگی باید بتواند نگرش و آمادگی معقولی برای پذیرش نظرات و پیشنهادهای مدیران پدید آورد، به نحوی که مسائل و موضوعات مورد بحث به خوبی بررسی و مشکلات اجتناب ناپذیر به نحو رضایت بخشی حل و فصل شود. درهرصورت اداره امور فرهنگی دریک کشور باید منطبق برسیاست ملی بوده و درعین حال استقلال نیز داشته باشد و درست در همین نقطه است که کار مدیران فرهنگی به مراتب دشوار تر می‌گردد و افرادی باهوش و ذکاوت بالا که قابلیت اجرای مدیریت مشارکتی و سازماندهی اقتضایی را داشته باشند طلب می‌کنند.

آرجیریس (argyris) اعتقاد دارد که سازمان سنتی (عدم مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیریها) مانع رشد و برآورده شدن خواسته‌های درونی کارکنان می‌شود. بنیس (bennis) با جسارتی بیشتر از دیگران، اظهار می‌دارد، دموکراسی در سازمان اجتناب ناپذیر است و مفاهیم سنتی موجود در مدل‌هایی از قبیل بوروکراسی «وبر» برای سازمانهای مدرن امروزی مناسب نیست. او خواهان این است که دانشمندان علوم رفتاری، با تلاش جدی، بکوشند تا سازمان را از شکل سنتی و بوروکراتیک آن خارج سازند و به یک سیستم اجتماعی ودموکراتیک تبدیل نمایند لیکن معتقد است موفق‌ترین مدیر، مدیری بوده است که سیستم چهارم پیشنهادی او را (مدیریت مشارکتی) به کار گرفته است. در سازمانهای امروزی و در قرن دیگر مشارکت انتخاب نیست بلکه یک ضرورت است مشارکت در سازمانهای مدرن به عنوان هسته اصلی پارادیم/ دموکراسی محسوب می‌شود و طرفداران این نظریه (لیکرت ۱۹۶۷، آرجیریس ۱۹۷۳) آن را به عنوان ابزاری برای ارتقاء بهره‌وری و رضایت مطرح می‌سازند و درمقابل منتقدین مدیریت مشارکتی آن را مشکل‌جدیدی از تلاش‌های مدیران برای استثمار و بهره‌کشی از کارکنان می‌دانند طرفداران مدیریت مشارکتی این نوع مدیریت را به عنوان بالا برنده گرایشهای کارکنان (کانر ۱۹۹۲) ایجاد اثرات انگیزشی (لاتام و همکارانش ۱۹۹۴) و سازنده بابوروکراسی (بولسادی بال ۱۹۸۹) و یادگیری (هینسکلی، ۱۹۹۰) ذکر می‌کنند. منتقدین مشارکت معتقدند (برانن و همکاران ۱۹۷۶) دخالت افراد غیر واجد شرایط در تصمیم‌هایی که احساس می‌شود تخصص مدیریت را نیاز دارد یک نوع توهین به حق مدیران تلقی می‌شود. آنها معتقدند مشارکت یک ریسک محسوب می‌شود. درهرصورت درکنار نظریه‌های کاملاً مخالف و موافق می‌توان یک نگرش وصفی را نیز به جریان اضافه کرد مک فارلند (mc farland) معتقد است مدیر می‌تواند میزان و محتوای مشارکت افراد درتصمیم‌گیری را به ترتیبی تعیین نماید که منطبق با شرایط و تجربیات واقعی در محیط کار باشد و درواقع برای به کارگیری مدیریت مشارکتی نیاز به سازماندهی اقتضایی است. درنظریه طراحی اقتضایی سازماندهی با توجه به عوامل متعدد مکانی، زمانی، انسانی، تکنولوژیک انجام می‌پذیرد در محیط‌های سازمانی با تغییرات سریع تاکید بر اهمیت جریان ارتباط جانبی و افقی که برای انجام وظایف لازم است اهمیت می‌یابد و همچنین تاکید بر معلومات افراد به جای سمت رسمی و تعهد به سیستم به جای تعهد به اهداف بخش با حوزه سازمانی اهمیت می‌یابد. جریان ارتباط دراین حالت، به طور عمده افقی و جانبی است و کمتر از بالا به پایین جریان می‌یابد. برای متخصصین ارتباط از طریق یک مدیر باعث تاخیر در امور شده و چون دریک چنین محیطی می‌باید نسبت به شرایط متغیر، به سرعت واکنش نشان داده شود، بنابراین ارتباطات افقی بیشتر در حد تخصصی برقرار می‌شود و به علت ثبات دراین محیط، کار یک سرپرست معمولی نیز باید به گونه‌ای موثر فعالیت‌های پیچیده افراد متعددی را هماهنگ سازد و بنابراین باید هماهنگی بیشتری بین پایین‌ترین سطح عملیاتی به بالا، جایی که برنامه‌های اجرایی طراحی می‌شوند به عمل آید.

مطبوعات در ایران، مدیریت و سازماندهی:

در جهان امروز، یک اجتماع پیشرفته صنعتی را بدون برخورداری از سیستم هماهنگی از رسانه‌های گروهی حتی در تصور نیز نمی‌توان گنجانید، ترکیب بفرنج اجتماع امروزی و تخصصی شدن وظایف در آن لزوم جریان مداومی از اطلاعات را به منظور یکپارچه ساختن همه اعضای این اجتماع ناگزیر ساخته است، دهه‌های اخیر به صورتی گریزناپذیر ناظر افزایش عظیم استفاده از رسانه‌های گروهی در کشورهای رشد یافته و تاحدودی در کشورهای روبه رشد بوده است.

از همان آغاز کار مطبوعات در ایران، برداشت مردم از روزنامه وسیله‌ای مربوط به دولت بود و چون تا قبل از پیدایش جنبش مشروطه سیاست نیز در انحصار دولت بود، پس روزنامه را یک «وسیله سیاسی» می‌دانستند و آن گاه که جنبش مشروطه می‌رفت تا به تدریج سیاست را از انحصار دولت بیرون کشد و مردم توی خیابان را نیز دران مداخله دهد، یکی از وسایل مبارزه را همان «وسیله سیاسی» یعنی روزنامه دانستند اما چون حق انتشار آن را نداشتند چیزی درست در مقابل آنچه دولت انتشار میداد به وجود آوردند و حتی نام آن را نیز دقیقاً و در تضاد و شاید دهان کجی به آن قرار دادند. «شب‌نامه» در برابر «روزنامه» کمی بعد که جنبش نیرومندتر شد به تدریج سروکله روزنامه‌های علنی غیردولتی که کمابیش راه شب‌نامه‌ها را دنبال می‌کردند پیدا شد و هدفشان هم سرنگون کردن استبداد و برقراری حکومت قانون بود، در این راه نیز از خودشهامت، پیگیری و ابتکار و ذوق فراوان نشان دادند، تا همپای مبارزاتی که در زمین‌های دیگر، جزء روزنامه پیکار می‌کردند نهال مشروطه را به ثمر نشانند و در اهمیت و ارزش کارشان هیچ تردیدی وجود ندارد، اما از تمامی این تلاش‌ها و جانفشانیها «ژورنالیسم حرفه‌ای» بهره چندانی نبرد. شاید نیز بر این باور عمومی نیز افزوده شد که روزنامه «یک وسیله سیاسی» است. اگر در خدمت استبداد باشد چیز بسیاری است و اگر اداره آن بدست مردم افتاد برای جنگیدن با قدرت حاکم ابزاری بس موثر و نیرومند است، پس از پیروزی انقلاب مشروطیت به عنوان یک تحول سیاسی نیز کماکان نشانه موثری از توجه به وظیفه اصلی نشریه حرفه‌ای مشاهده نمیشد و نشریات گوناگون هریک به نحوی منعکس کننده تمایلات، آرا و عقاید ناشرین و نویسندگان آن بودند ولی نشریه حرفه‌ای در واقع بایستی کار خبر رسانی به صورتی بی طرفانه را به عهده داشته باشند بدون آنکه اخبار را دستکاری کند، به آن جهت خاصی بدهد، محتوای خبر را بزرگتر یا کوچکتر از اهمیت آن جلوه گر سازند، درانتشار اخبار مصلحت اندیشی کند، بنابر مقتضیاتی از چاپ خبری که ارزش چاپ دارد خودداری ورزد و مصلحت هیچ شخص یا سازمان یا گروهی را درانتشار اخبار مورد توجه قرار ندهد. روزنامه نیویورک تایمز در هر شماره خود زیر عنوان روزنامه این جمله را به عنوان شعار درج می‌کند:

ALL THE NEWS FIT TO PRENT

تمام اخباری که به دست ما رسیده و ارزش چاپ داشته درج شده است.

در دوران انقلاب در بحبوحه حرکت‌های انقلابی، مطبوعات تحت تاثیر قرار گرفته تشویش‌ها و اضطراب‌های انقلابی به کار خود ادامه داده و پس از انقلاب نیز از این سیاست بازیه‌ای دور نشده اند، مشکل اساسی و گره کور در مطبوعات ایران اینجاست که باید به طور جدی باور داشته باشیم که کار مطبوعاتی یک حرفه است، اگر از شخصی بپرسند که شغلت چیست؟ و جواب دهد کار سیاسی می‌کنم و توضیح بخواهید چگونه؟ و جواب دهد مالک زمین گندم هستم، احتمالاً به او می‌خندند و او میگوید تاریخ را بخوانید. مگر هروقت که خواستند زیراب دولت را بزنند، بلوای نان راه نینداختند و یا مگر علاءالدوله حاکم تهران در زمان مظفرالدین شاه به خاطر خواباندن بلوای نان، شاطری را به دست خود داخل تنور نینداخت البته پاسخ دندان شکن است اما باز هم کسی مالکیت زمین گندم را به عنوان کار سیاسی قبول نمی‌کند.

مطبوعات غیر حرفه‌ای و حزبی علناً اعلام می‌کنند که ارگان فلان حزب هستند و مردم تکلیف خود را با آنها می‌دانند زیرا آن‌ها را به عنوان ارگان یک حزب خاص در نظر گرفته و تبلیغات حزبی و سیاسی آنها دارای مفهوم است ولی

مطبوعات حرفه‌ای که در واقع نقش آگاهی دهنده به افکار عمومی را در زمینه‌های مختلف به عهده دارند وظیفه‌ای به جز خبررسانی غیر مغرضانه که خلاقیت و نوآوری خبرنگاران چاشنی آن است را ندارند.

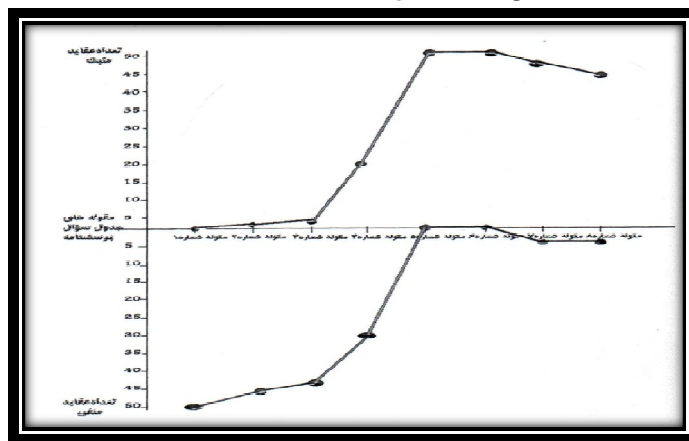
در تحقیق میدانی که نگارنده از خبرنگاران سه روزنامه کیهان، اطلاعات، جمهوری اسلامی به عمل آورد (۱۳۸۷) مشخص شد که:

خبرنگاران این روزنامه‌ها معتقدند در حال حاضر فاصله بین آنچه خبرنگاران مطبوعات ما به عنوان وضعیت مطلوب قبول دارند و آنچه در وضعیت موجود در مطبوعات ایران وجود دارد بسیار زیاد است. نتیجه بدست آمده حاصل از مطالعه نگارنده در زمینه مطبوعات موفق، فرضیه‌ها و نظریه‌هایی در ارتباط با رموز موفقیت کار مطبوعاتی به عنوان یک کار حرفه‌ای بوجود آورد، که باعث شد ۸ مقوله برای آزمون به خبرنگاران داده شود. این ۸ مقوله به شکل زیر در یکی از سوالات پرسشنامه جای داده شده، پاسخگویان ملزم به دادن علامتهای منفی و مثبتی در این جدول شده‌اند از نظر نگارنده ۴ جمله اول اصولی است که در موسسات مطبوعاتی موفق به کار گرفته نمی شود و ۴ مورد دوم اصول و پایه‌های تشکیل دهنده سازمانهای مطبوعاتی و در واقع ریشه اصلی کار مطبوعاتی مقبول است، از پاسخگویان پرسشنامه خواسته شده در دو سمت مقوله که در وسط کار قرار گرفته در دو حالت وضعیت مطلوب و وضعیت موجود بر اساس مقوله علامتگذاری کنند به شکلی که اگر در وضعیت مطلوب مقوله صادق است در ستون وضعیت مطلوب علامت مثبت و اگر مقوله صادق نیست علامت منفی بگذارند همچنین اگر در وضعیت موجود مطبوعات ایران صادق است در ستون وضعیت موجود علامت مثبت و در غیر این صورت علامت منفی بگذارند

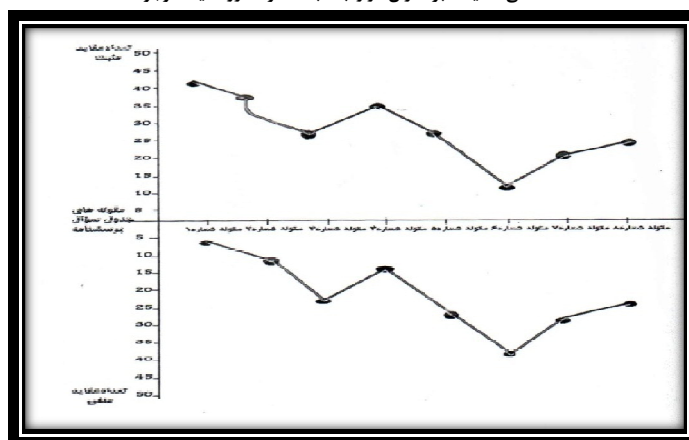
ردیف	وضعیت مطلوب	عناوین	وضعیت موجود
۱		کار در یک موسسه مطبوعاتی صرفاً سیاسی است نه حرفه‌ای.	
۲		خبرنگاران بر اساس صلاح دید سردبیران باید به درج خبر در روزنامه مبادرت کنند.	
۳		روزنامه باید از سیاستهای دولت حمایت نماید.	
۴		روزنامه‌ها صرفاً ارگانی جهت انعکاس نظرات سیاستمداران هستند.	
۵		روزنامه‌ها منعکس کننده نظرات مردم هستند و مسائل و مشکلات جامعه را بدون قصد و غرض بیان می‌کنند.	
۶		روزنامه‌ها باید وقایع را بدون تحریف، تعصبات و نظرات شخصی مدیران روزنامه گزارش کنند.	
۷		روزنامه‌ها در درجه اول باید نیازخبری خوانندگان را به نحو مطلوب تامین کنند.	
۸		روزنامه‌ها چشم و گوش مردم در برابر اعمال دولتمردان هستند.	

نتایج بدست آمده بیانگر آن است که فاصله بین آنچه خبرنگاران مطبوعات ما به عنوان وضعیت مطلوب قبول دارند و آنچه در وضعیت موجود در مطبوعات ایران وجود دارد بسیار زیاد است این تفاوت در مقوله‌هایی مانند مقوله ۱ جدول بسیار مشهود است چنانچه ۸۲٪ از خبرنگاران مورد پرسش معتقدند که در ایران کار مطبوعاتی صرفاً به عنوان کار سیاسی مطرح است، در صورتیکه هیچ یک از آنان معتقد نیستند که در وضعیت مطلوب وضع چنین است و یا در مقوله دوم خبرنگاران مورد پرسش متفق‌النظر بوده‌اند که در سازمان مطبوعاتی مطلوب چنین وضعیتی نباید وجود داشته باشند (۹۸٪) در حالیکه ۷۴٪ از همین خبرنگاران معتقدند که در وضعیت موجود در مطبوعات ایران سردبیران و مدیران در هر کجا که صلاح بدانند به خبرنگاران اجازه درج مطلب را می‌دهند.

۱- منحنی عقاید خبرنگاران در ارتباط با ۸ مقوله در وضعیت مطلوب



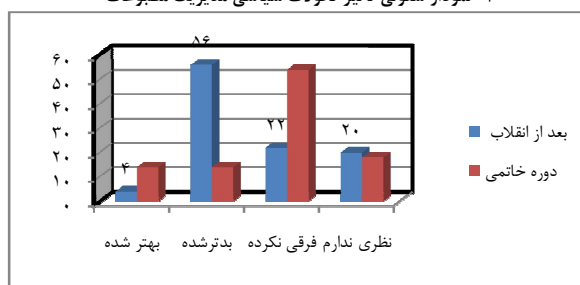
۲- منحنی عقاید خبرنگاران در ارتباط با ۸ مقوله در وضعیت موجود



تأثیر تحولات سیاسی بر مدیریت مطبوعات:

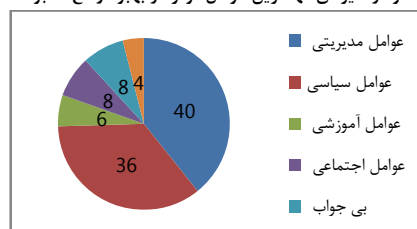
برای بدست آوردن جوابی برای تأثیر تحولات سیاسی در مطبوعات ایران ۲ تحول سیاسی عمده در ایران در نظر گرفته شد و از خبرنگاران در پرسشنامه با ۲ سوال در مورد این دو تحول (بعد از سرنگونی رژیم پهلوی، ریاست جمهوری آقای خاتمی) خواسته شد در مورد تحولات مدیریتی بعد از این دو تحول اظهار نظر نمایند. (خبرنگارانی با تجربه بالای ۲۰ سال جوابهای قابل اطمینان تری به این مورد داده اند) براساس جدول زیر به نظر می‌رسد انقلاب اسلامی و تحول سیاسی حاصل از آن بر بهبود مدیریت مطبوعات تأثیر چندانی نداشته است زیرا حدود ۲۲٪ از پاسخگویان معتقدند که بعد از انقلاب مدیریت مطبوعات تغییری نکرده است و ۵۴٪ معتقدند که حتی مدیریت بدتر نیز شده است و ۴٪ معتقدند که بهتر شده است (۲۰٪ بی نظر) در مورد دوران ریاست جمهوری آقای خاتمی نیز ۵۴٪ معتقدند که مدیریت مطبوعاتی فرقی نکرده است ۱۴٪ معتقدند بهتر شده و ۱۴٪ دیگر معتقدند که وضعیت بدتر شده است.

۲- نمودار ستونی تاثیر تحولات سیاسی مدیریت مطبوعات



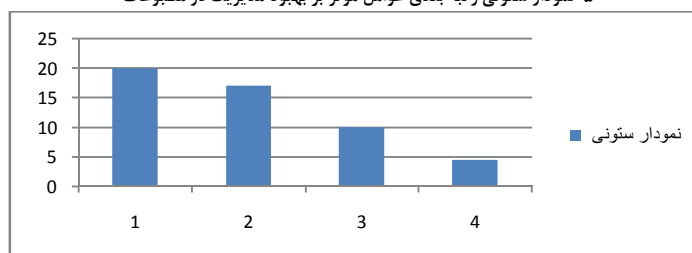
بررسی دیدگاه خبرنگاران در مورد مهمترین عوامل موثر بر بهبود وضعیت مدیریتی مطبوعاتی در ایران: در یکی از سوالات موجود در تحقیق از خبرنگاران خواسته شده است به هریک از گویه هایی که در سوال وجود دارد، از نظر آنکه تا چه حد تغییر و تحول دران وضعیت مطبوعات ایران را بهبود می بخشد رتبه دهند. هدف از این سوال آن بود که گویه شماره ۲ یعنی مسائل مدیریتی و سازماندهی مطبوعاتی مورد آزمون قرار گرفته و مشخص شود که از نظر خبرنگاران تغییر در این مقوله تا چه حد در رسیدن به وضعیت مطلوب در مطبوعات موثر است، این گویه ها عبارتند از: ۱- مسائل سیاسی، ۲- مسائل مدیریتی و سازماندهی، ۳- مسائل اجتماعی، ۴- مسائل تخصصی و آموزشی روزنامه نگاران، ۵- عوامل دیگر نتایج حاصل چنین بود:

۴- نمودار دایره ای مهمترین عوامل موثر در بهبود وضع مطبوعات



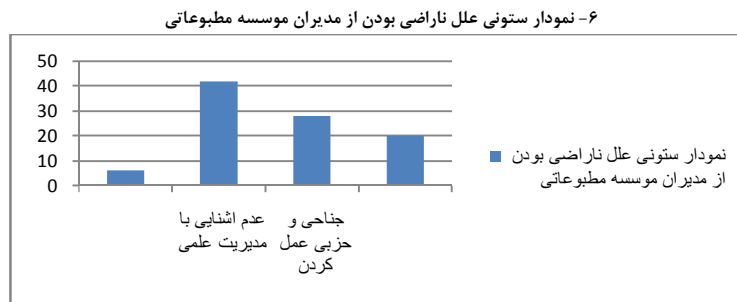
نمودار بالا بیانگر این مورد است که ۴۰٪ پاسخ دهندگان معتقد بودند تغییر و تحول در عوامل مدیریتی و بهبود و در وضعیت مدیریتی مطبوعات مهمترین عامل در بهبود وضعیت موجود در مطبوعات ایران است این افراد به این عامل رتبه ۱ را داده اند ۳۶٪ از پاسخگویان مسائل سیاسی را به عنوان عامل بعدی موثر بیان نموده اند ۸٪ مسائل اجتماعی ۶٪ مسائل تخصصی و آموزشی روزنامه نگاران را عامل موثر در بهبود وضعیت فعلی مطبوعات بیان کرده اند. بر اساس نمودار ستونی زیر عوامل مدیریتی و تاثیر تغییر در این عوامل در بهبود بخشیدن به وضع مطبوعات بیشتر رتبه های ۱ و ۲ را به خود اختصاص داده است.

۵- نمودار ستونی رتبه بندی عوامل موثر بر بهبود مدیریت در مطبوعات



بررسی میزان رضایت و یا عدم رضایت خبرنگاران از مدیران موسسه مطبوعاتی خود و کنکاشی در عوامل عدم رضایت

در یکی از سوالات پرسشنامه از خبرنگاران خواسته شده بود که به مدیر موسسه خود نمره دهند از تعداد ۵۰ نفر پاسخگو فقط یک نفر نمره ۲۰ به مدیر خود داده است و حدود ۲۳ نفر نمره ۱۵ یا زیر آن. در سوال دیگر از خبرنگاران خواسته شده بود که اگر نمره‌ای به جز ۲۰ داده‌اند علت را به ترتیب اولویت بیان نمایند.



همانطور که از نمودار بالا مشخص است مهمترین عامل از نظر خبرنگاران در ندادن نمره ۲۰ به مدیران خود عدم آشنایی مدیران با مدیریت علمی بوده است که حدوداً ۴۲٪ این مسئله را از بین ۴ مسئله مطرح شده اولویت اول را داده‌اند و حدود ۲۸٪ حزبی عمل کردن را اولویت داده‌اند.

بررسی عقاید خبرنگاران در ارتباط با نوع مدیریت منتخب آنها در موسسات مطبوعاتی و تاثیر تجربه و تحصیلات بر انتخاب نوع مدیریت:

در یکی از سوالهای پرسشنامه در مورد نوع مدیریت مورد نظر خبرنگاران برای موسسه مطبوعاتی مبتوعشان سوال شده است بر اساس نتایج بدست آمده ۷۶٪ با مدیریت مشارکتی موافقت کرده‌اند و ۲۰٪ با مدیریت فردی انتخابی و ۲٪ مدیریت فردی انتصابی را برگزیده‌اند، آنچه می‌تواند پاسخگوی فرضیه مطرح شده در ذهن محقق باشد پیدا کردن رابطه‌ای بین تجربه یا سابقه مطبوعاتی با نوع مدیریت انتخابی توسط خبرنگاران و میزان تحصیلات خبرنگاران و تاثیر آن بر نوع مدیریت انتخابی است برای آنکه به ارتباط یا عدم ارتباط بین تحصیلات و تجربه خبرنگاران با نوع مدیریت انتخابی آنها پی ببرد بر اساس الگوی بدست آمده با ارائه جداول زیر نتایج به این شرح مورد تحلیل قرار گرفت

جدول شماره ۱ انتخاب نوع مدیریت برحسب تجربه

نوع مدیریت تجربه	شورائی	فردی انتخابی	فردی انتصابی	بی جواب	جمع
۱-۱۰	۱۲ ۱۴/۴۴Fe	۶ ۳/۸Fe	۱ ۰/۳۸Fe	۰ ۰/۳۸Fe	۱۹
۱۰-۲۰	۱۳ ۱۲/۹۲Fe	۳ ۳/۴Fe	۱۰ ۰/۳۴Fe	۱ ۰/۳۴Fe	۱۷
۲۰-۳۰	۱۳ ۱۰/۶۴Fe	۱ ۲/۸Fe	۰ ۰/۲۸Fe	۰ ۰/۲۸Fe	۱۴
جمع	۳۸	۱۰	۱	۱	۵۰

در این جدول سابقه کاری پاسخگویان به سه دسته تقسیم شده است سابقه بین ۱ تا ۱۰ سال دسته اول ۱۰ تا ۲۰ دسته دوم و ۲۰ تا ۳۰ سال دسته سوم بوده است.

$$X^2 = \frac{(F.Fe)^2}{Fe}$$

$$?X^2 = 0.38 + 5.26 + 0.05 + 0.23 + 0.29 + 0.43 + 0.004 + 0.42 = 10.07$$

$$X^2 = 10.07$$

$$Df = (4-1)(3-1) \rightarrow Df = 6$$

براساس کای اسکوار بدست آمده (۱۰.۰۷) می توان نتیجه گرفت چون این عدد از عدد کای اسکوار جدول مبنا در سطح اطمینان ۵٪ بادرجه آزادی ۶ (۱۲.۵۷) کوچکتر است پس می توان گفت فرضیه صفر تایید می شود یعنی بین تجربه وانتخاب نوع مدیریت رابطه ای وجود ندارد. خبرنگاران با تجربه ای موافق مدیریت مشارکتی هستند در جدول شماره ۲ رابطه بین میزان تحصیلات و انتخاب نوع مدیریت بررسی شده است و کای اسکوار به دست آمده است.

جدول شماره ۲ انتخاب نوع مدیریت برحسب تحصیلات

نوع مدیریت تحصیلات	شورائی	فردی انتخابی	فردی انتصابی	بی جواب	جمع
دیپلم	۶	۴	۱	۰	۱۱
فوق دیپلم	۶	۳	۰	۰	۹
لیسانس	۱۷	۳	۰	۰	۲۰
فوق لیسانس	۹	۰	۰	۱	۱۰
جمع	۳۸	۱۰	۱	۱	۵۰

$$X^2 = \frac{(F.Fe)^2}{Fe}$$

$$?X^2 = 0.60 + 0.81 + 0.92 + 0.48 + 0.11 + 0.33 + 0.19 + 0.64 + 0.21 = 4.29$$

$$X^2 = 4.29$$

$$Df = 9$$

براساس کای اسکوار به دست آمده (۴.۲۹) و مقایسه آن با کای اسکوار جدول مبنا در سطح اطمینان ۵٪ و درجه آزادی ۹ (۱۶.۹۲) چون کای اسکوار به دست آمده کوچکتر از کای اسکوار جدول است می توان نتیجه گرفت که فرضیه صفر یعنی بین تحصیلات و انتخاب نوع مدیریت رابطه ای وجود ندارد تایید می شود و خبرنگاران با هر تحصیلاتی راغب به مدیریت مشارکتی هستند.

نتیجه گیری و پیشنهادات:

سازمان های موجود در هر حیطه کاری و در هر جامعه و موقعیتی لازم است دارای اصول و پایه های مشترکی باشند، این اصول و پایه ها مسلماً بایستی از منطق علمی و استاندارد خاص برخوردار باشد. مدیریت، سازماندهی و برنامه ریزی در یک سازمان فرهنگی مثل مطبوعات بایستی همانقدر علمی و تخصصی باشد که در یک سازمان تولیدی و یا صنعتی مدیران و برنامه ریزان در یک سازمان مطبوعاتی باید مدیریت و سازماندهی علمی و اقتضایی رابه درستی شناخته و پایه های آن را در سازمان مطبوعاتی خویش محکم گردانند نتایج حاصل از پژوهش میدانی محقق حاکی از آن است که کارکنان (خبرنگاران) سازمان های مطبوعاتی ما دید مثبتی نسبت به عملکرد مدیران خود ندارند چنانچه میانگین معدل نمره ای که به مدیران داده اند بیانگر عدم رضایت آنها از مدیریت سازمان های خویش است، آنچه بیشتر بر این دید منفی موثر بوده است آن است که خبرنگاران معتقدند مدیران شان دید علمی نسبت به سازمان مطبوعاتی ندارند، آنها معتقدند مدیران، سازمان های مطبوعاتی موجود در ایران را تبدیل به سازمان های سیاسی کرده اند، نه حرفه ای، با

- استفاده از نتایج تحقیق می‌توان گفت: برای آنکه بتوان آنچه امروز در سازمان‌های مطبوعاتی ما به وقوع پیوسته و باعث شد که نمودار وضعیت مطلوب و وضعیت موجود تا این حد فاصله داشته باشد را تغییر داد آن است که:
- ۱- دولت و ملت از مطبوعات و مدیران آن توقع ایجاد یک سازمان سیاسی را نداشته باشند و این حادثه نمی‌شود مگر آنکه از طریق همین مطبوعات به مردمی که در تاریخ خویش ذهنیت سیاسی بودن مطبوعات را با خود یدک می‌کشند آموخته شود که کارمطبوعاتی کاری حرفه‌ای است نه سیاسی.
 - ۲- مدیران و مسئولان مطبوعاتی از بین افرادی انتخاب شوند که تخصص و تجربه کافی در زمینه مدیریت علمی را داشته باشند.
 - ۳- شناخت کافی از چگونگی اعمال مدیریت در یک سازمان فرهنگی از ملزومات اصلی برای یک مدیر یا مسئول مطبوعاتی است.
 - ۴- مدیران مطبوعاتی باید بدانند که در محیطی اعمال نظرو مدیریت می‌کنند که افراد دارای ذهنیتهای فعال و نظرات قابل ارائه و دخیل در کار هستند در نتیجه بهترین مدیریت در این نوع سازمان‌ها مدیریت شورائی است، همانطور که از نتایج تحقیق نیز به دست آمده انتخاب این نوع مدیریت توسط خبرنگاران با هر تخصص و تجربه‌ای در مقابل دو نوع مدیریت دیگر (انتصابی و انتخابی) بیشتری آرا را به خود اختصاص داده است.
 - ۵- نوع نظارت بر کار خبرنگاران در سازمان‌های مطبوعاتی باید به شکلی باشد که تجربه و تخصص خبرنگاران به طور مستقیم در نتیجه نهایی کار (خبرچاپ شده) دخیل باشد نه نظرات شخصی مدیران و در واقع مدیران تنها به عنوان ستونی محک برای اعمال نظم و ارائه کای حرفه‌ای تکیه‌گاه سازمان مطبوعاتی گردند که مسلماً این مسئله با مدیریت شورائی به شکلی صحیح و علمی قابل دسترسی است.
 - ۶- و شاید مهمترین و موثرترین راه حل آن باشد که توجه بیشتری به تحقیقات و نتایج حاصل از نظرات خبرنگاران در ارتباط با سازمان‌های مطبوعاتی شود تا رابطه نزدیکی بین مدیران و خبرنگاران به وجود آمده و مدیران از مشکلات و مسائل مطرح شده توسط خبرنگاران مطلع شده و درصدد رفع این نواقص برآیند.

منابع

الف) کتب فارسی

- بردلی، بنیامین سی، دنیای ما روزنامه نگاران، غلامحسین صاحبیار، انتشارات علم ۱۳۷۶
- رضائیان علی، مدیریت رفتار سازمان، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران ۱۳۷۲
- رهنورد، فرج الله، مدیریت مشارکتی در تئوری و عمل، مرکز آموزش مدیریت دولتی ۱۳۷۸
- عباس زادگان، سید محمد، اصول و مفاهیم اساسی مدیریت، سروش ۱۳۸۰
- معتمد نژاد، کاظم، وسایل ارتباط جمعی، دانشکده لوم ارتباطات اجتماعی ۱۳۸۰
- مولینیر، پیر، آموزش حرفه‌ای مدیران فرهنگی، علی هاشمی گیلانی، مرکز پژوهش‌های بنیادی ۱۳۷۵
- وپهریخ، هانیز، اودانل، سیبریل، مونترز- هرولد، اصول مدیریت، محمد علی طوسی، علی اکبر فرهنگی، سید امین الله علوی و اکبر مهدویان- مرکز آموزش و مدیریت دولتی ۱۳۷۰

ب) مقالات

- بدیعی دزفولی، مینو: رسانه، دوره هشتم، شماره ۳۱ پائیز ۱۳۷۸
- ضغیمی، حیدر، تدبیر، سال چهارم، شماره ۳۸، اذر ۱۳۷۲

ج) پایان نامه

- محکی، علی اصغر: بررسی مدیریت سازمانی مطلوب و موجود روزنامه ها، دانشگاه علامه طباطبائی ۱۳۷۸

د) منابع لاتین

- Reading In international business negotiations international, trade center unctad W.T.O, gnenava 1997
- Tudor rockards, creativity and management of change , black well 1999