



دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد  
رشته مدیریت رسانه

## بررسی تاثیر تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در واحد مرکزی خبر از دیدگاه مدیران و کارشناسان

حسن نامور

استاد راهنما :

دکتر سعید سرابی

استاد مشاور :

دکتر محمدقلی میناوند

تابستان ۱۳۸۸

**بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ**

تقديم به:

پيشگاه مقدس حضرت بقيه ا... الاعظم حجت ابن

الحسن العسگری حضرت صاحب الزمان (عج)

## چکیده:

امروزه سازمان‌های رسانه‌ای همگام با تغییرات تکنولوژیک، خود را آماده استفاده از تکنولوژی نوین می‌کنند تا بتوانند در رقابت جهانی در عرصه خبر باقی بمانند، به همین جهت است که بحث تغییر سیستم‌های آنالوگ به دیجیتال در رسانه‌های خبری دارای اهمیت بسزائی گردیده است.

این تحقیق بصورت کیفی در پی یافتن تاثیر چنین تغییراتی در واحد مرکزی خبر، سوال اصلی خود را بر مبنای بررسی تاثیر تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال بر تولید خبر و برنامه‌های خبری بنا نهاد. براین اساس، مصاحبه‌های عمیق به منظور اخذ نقطه نظرات مدیران، سردبیران و کارشناسان خبر بر مبنای مطالعات نظری مورد اهتمام ویژه قرار گرفت که در نهایت به نتایج زیر منجر شد:

- ضرورت و اجتناب ناپذیر بودن دیجیتالی شدن سیستم و دقت هوشمندانه در انتخاب سخت افزار و نرم افزار آن و ضرورت آموزش و تربیت مستمر کاربران
- دست یابی به مزایایی چون حذف نوار، کاهش تردد کارکنان در تحریریه، از بین رفتن مشکلات ناشی از کار با تجهیزات مکانیکی، کاهش خطای انسانی
- افزایش کارایی سیستم، کاهش نیروی انسانی برای هر سه قسمت تهیه، پردازش و ارسال خبر
- جلوگیری از اتلاف وقت در چالش‌ها و اختلاف سلیقه‌های موجود با یک دست شدن روند فکری در هر قسمت از چرخه تولید و پخش خبر
- سهولت دسترسی به منابع آرشیو بدون حضور افراد و عدم تاثیر پذیری آرشیو از شرایط مخرب محیطی
- امکان مونیتورینگ همزمان و گسترده شبکه‌های خبری و ضبط و فهرست کردن آنها و در اختیار گذاری آنلاین تصاویر به تحریریه خبر
- کاهش هزینه‌ها، افزایش سرعت و تسهیل در تهیه و پخش خبر، افزایش دقت در کنترل و نظارت بر کارکنان توسط مدیران

واژه‌های کلیدی: تکنولوژی، خبر، آنالوگ، دیجیتال، واحد مرکزی خبر

# فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۱-۱-۱	طرح مسئله
۱-۲	ضرورت و اهمیت تحقیق
۱-۳	جنبه جدید بودن و نوآوری طرح
۱-۴	هدف تحقیق
۱-۵	سوالات تحقیق
۱-۶	فرضیات تحقیق
۱-۷	تعریف مفاهیم
۱۴	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق
۲-۱	بررسی تحقیقات پیشین (داخل کشور)
۲-۲	بررسی تحقیقات پیشین (خارج از کشور)
۲-۳	چارچوب نظری تحقیق
۴۴	فصل سوم: روش تحقیق
۳-۱	روش تحقیق
۳-۲	جامعه آماری
۳-۳	اعتبار و پایایی
۳-۴	روش و ابزار گردآوری اطلاعات
۳-۵	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

**فصل چهارم : یافته های تحقیق** ..... ۵۱

۴-۱- روند کلی تولید خبر در سیستم آنالوگ..... ۵۷

۴-۲- دید کلی از خبر در سیستم دیجیتال..... ۶۷

۴-۳- روند کاری خبر در سیستم تولید و پخش دیجیتال..... ۷۱

۴-۴- یافته های حاصل از مصاحبه عمیق با مدیران سردبیران و کارشناسان ..... ۷۷

**فصل پنجم: .....** ۱۰۹

۵-۱- نتیجه گیری ( بررسی نتایج به دست آمده)..... ۱۱۰

۵-۲- پیشنهادهای مبتنی بر یافته ها ..... ۱۱۵

۵-۳- محدودیت های تحقیق..... ۱۱۷

**فهرست منابع و مآخذ**..... ۱۱۸

**ضمائم**..... ۱۲۴

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۳۴.....	۱-۲- سیستم مدیریت به روش سنتی.....
۵۴.....	۱-۴- روند تولید خبر در سیستم آنالوگ.....
۵۵.....	۲-۴- مراحل تولید برنامه های خبری آنالوگ.....
۱۱۷.....	۳-۴- ساختار تشکیلاتی واحد اطلاعات و اخبار ۱۳۵۸.....
۱۱۸.....	۴-۴- ساختار تشکیلاتی واحد اطلاعات و اخبار ۱۳۶۰.....
۱۱۹.....	۵-۴- ساختار سازمانی واحد مرکزی خبر ۱۳۸۷.....

# فصل اول:

## کلیات تحقیق



## مقدمه:

در هر سازمانی به خصوص در یک سازمان رسانه ای تکنولوژی ابزاری برای رسیدن به اهداف ترسیم شده کوتاه و بلند مدت است. در این راستا تعیین کاربرد این ابزار و اثر آن بر روند کارهای روزمره و افرادی که از آن استفاده می کنند بر عهده مدیران است. در این فصل پس از بیان مسئله به ضرورت و اهمیت تحقیق در آن می پردازیم و در ادامه به اهداف، سوالات و فرضیات تحقیق و در خاتمه تعاریف برخی از مفاهیم مورد نیاز را بیان می کنیم.

## ۱-۱- طرح مسئله:

کشورهای پیشرفته دنیا سعی دارند، همگام با تحولات عظیم و گسترده در حوزه های مختلف رسانه، با تغییر ساختارها و استفاده از تکنولوژی ها و روش های نوین تولید و پخش خبر ضمن تغییر دادن نگرش کارکنان و آموزش آنها در عرصه رقابت با سایر کشورها مخاطبان بسیاری را با ارائه سرویس های ویژه خبری و ارسال سریع و لحظه ای خبر به خود جذب کنند.

سازمان صدا و سیما که بزرگ ترین رسانه دولتی جهان است نقش بسیار حساس و غیر قابل انکاری در حوزه خبر رسانی دارد. لزوم رقابت با رسانه های منطقه ای و جهانی سیاستمداران و مدیران ارشد صدا و سیما را بر این فکر واداشت که با سرعت دادن به مسیر تحول آنالوگ به دیجیتال به اقدامات اساسی در برنامه های ساختاری و تجهیزاتی بیاورند.

تولید و پخش خبر دیجیتالی که امروز رسانه ها روی آن سرمایه گذاری می کنند نه یک انتخاب بلکه یک اجبار است. نرم افزارها و تجهیزات نوین تاثیرات متنوعی در شیوه های کاری ایجاد کرده و تاثیرات زیادی بر کیفیت و کمیت نیروی انسانی گذاشته است و به تبع آن نیازها و آموزشهای جدیدی را ضروری ساخته است. در این راستا سوالات و دغدغه های جدیدی نیز مطرح است. برای مثال آیا هزینه های تولید و پخش افزایش خواهد یافت؟ آیا کنترل و نظارت مدیران تضعیف خواهد شد؟ این تغییرات چه تاثیراتی و پیامدهایی را به ارمغان آورده است؟ نیروهای جدید چه مهارتهایی

باید به دست بیاورند؟ این تغییرات چه تاثیراتی بر تولید، پخش، آرشیو، و مونیتورینگها دارد؟ بنا بر این ما در این تحقیق بر اساس دیدگاه مدیران و کارشناسان در پی بررسی تاثیر تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در تولید و پخش خبر و برنامه‌های خبری در واحد مرکزی خبر، که در حال سپری کردن یک مرحله تغییر و توسعه تکنولوژیکی در ساختار است، هستیم.

رسانه‌های جدید، نامتمرکز و کوچک قادرند به سادگی هدایت جریان خبری را به عهده گیرند و رسانه‌های غالب را در وضع بغرنجی قرار دهند. اما به نظر می‌رسد صدا و سیما با وجود جهش‌هایی در به کارگیری رسانه‌های جدید در بخش‌های خبری، همچنان ساختار سنتی خود را حفظ کرده و، با توجه به موقعیت انحصاری خود، کمتر در پی انطباق با وضع جدید بوده است. رسیدن به وضع مطلوب و چشم‌انداز روشن، نیاز به سیاست‌گذاری مناسبی دارد که این خود در گرو شناخت وضع پیچیده‌ی امروزی رسانه است.

در حقیقت تحقیق در پی پاسخ به این سؤال می‌باشد که:

تغییر تکنولوژی از آنالوگ به دیجیتال چه اثراتی در تولید خبر و برنامه‌های خبری در واحد مرکزی خبر سازمان صدا و سیما در پی خواهد داشت؟

## ۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق :

در حال حاضر سازمان صدا و سیما، در جهت همگامی با رسانه‌های پیشرفته‌ی دنیا و در یک تحول کاری مصمم است با استفاده از دانش خبر و فن‌آوریهای نوین در رقابت تنگاتنگ با شبکه‌های تلویزیونی و خبرگزاریهای بین‌المللی گامهای بلندی بردارد

تفکر مدیریتی تولید خبر در عصر جدید باعث شده بینش جدیدی در استفاده از منابع نیروهای انسانی، تجهیزات (سخت‌افزار و نرم‌افزار)، و حتی استقرار کارکنان و چینش فیزیکی اتاق خبر داشته باشیم. این بینش نه یک انتخاب بلکه یک اجبار است که باید سیستم‌های قدیمی را کنار گذاریم و همسو با نسل جدید تکنیک‌ها، خود را با سیستم‌های جدید تطبیق دهیم وگرنه در عرصه رقابت تولید و پخش خبر از میدان رقابت رسانه‌ها خارج می‌شویم.

بررسی تاثیر تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال و چگونگی به کارگیری روشهای نوین تولید و پخش خبر این امکان را برای مدیران و برنامه‌ریزان سازمان صدا و سیما در عرصه خبر فراهم می‌کند تا با شناخت بهتر و با آموزش و تغییر بینش کارکنان و ایجاد محیط مناسب کار بتوانند با سرعت بیشتری در این مسیر حرکت نمایند.

### ۳-۱ - جنبه جدید بودن و نوآوری طرح در چیست؟

نکته قابل ملاحظه در این تحقیق آن است که تاکنون پایان‌نامه‌های انجام گرفته در دانشگاه‌های کشور براساس شیوه‌های ارائه خبر بوده و در این راستا فقط آرایه‌های خبر مطالعه و مقایسه شده، اما در این تحقیق سعی شده تا از منظر دیگری و به صورتی خاص اثرات تغییرات تکنولوژی در تولید خبر و برنامه‌های خبری تلویزیون بررسی شود و در این راستا واحد مرکزی خبر

سازمان صدا و سیما که در مرحله گذر از سیستم‌های آنالوگ به دیجیتال است انتخاب شده است.

### ۴-۱ - هدف تحقیق :

هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در تولید و پخش خبر است به طوری که در نهایت با نتایج به دست آمده مدیران و سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بتوانند با شناخت بهتر و دقیق‌تر تصمیم‌گیری کنند و برنامه‌های آگاهانه و متناسب به روزی ارائه دهند.

### ۵-۱ - سوال اصلی تحقیق:

پیشرفت‌های روز افزون تکنولوژی در عرصه‌های گوناگون پیامدهای مختلفی را برای مدیران سازمانها بخصوص برای مدیران رسانه به همراه خواهد داشت. وظیفه یک مدیر رسانه تبدیل تکنولوژی به یک مزیت سازمانی است. لذا می‌بایست تاثیر تکنولوژی تجزیه و تحلیل شود. در این تحقیق در پی یافتن آثار تغییرات در ابعاد مختلف اتاق خبر از جمله تغییر در فرایند تولید خبر، سازمان کار، و روال حرفه‌ای هستیم و سوال اصلی خود را به صورت "تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال خبر تلویزیونی واحد مرکزی خبر سازمان صدا و سیما چه تاثیری بر تولید خبر و برنامه‌های خبری دارد؟" بنا و تلاش می‌کنیم این تاثیرات را بر اساس مطالعات نظری و همچنین اخذ نقطه نظرات مدیران و کارشناسان خبره در حوزه خبر بررسی نماییم موضوع مهم این است که آیا دست اندرکاران خبر قادرند به گونه‌ی کارآمدتری خبر را با استفاده از سیستم جدید، گردآوری، پردازش و ارسال کنند.

در این تحقیق سعی کرده‌ایم چگونگی تاثیر تکنولوژی دیجیتال و استفاده از آن در پایگاه اصلی تولید خبر در سازمان صدا و سیما را بررسی کنیم و بر این اساس نه تنها به چگونگی ابزارهای جدید در روند تولید و پخش خبر توجه خواهیم کرد بلکه به ابعاد مختلف این تحول بر نیروی انسانی و تحولات ساختاری خبر می‌پردازیم.

توجه به مفاهیم نوین در مرزبندی بین دست اندرکاران خبر و افراد فنی؛ نویسنده ها و تصویربرداران؛ گردآوردگان خبر و پردازش کنندگان خبر نیز از جنبه های دیگری است که در قالب سوالات تحقیق به آن توجه خواهد شد.

در این تحقیق در مجموع با ۲۵ نفر از صاحب نظران خبر شامل ۴ مدیرکل ۸ مدیر ۸ سردبیر و ۵ کارشناس مصاحبه عمیق انجام شد .

بدین منظور، بر اساس مطالعات گسترده‌ی اسنادی ، کتابخانه‌ای ، مقالات، و مشاهدات موثرترین عوامل در تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال خبر تلویزیونی واحد مرکزی خبر سازمان صدا و سیما، سؤالاتی تنظیم و به صورت هدفمند از آن دسته از مدیران و کارشناسانی که در این حوزه دارای سوابق و دانش لازم بودند پرسیده شد.

( شرایط و ویژه گی های جامعه آماری در فصل ۳ این تحقیق بیان شده است)

### - سوالات فرعی:

- ۱- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در کیفیت و کمیت نیروی انسانی تولید و پخش خبرچه تاثیری در بر دارد؟
- ۲- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در سرعت فرایند تولید و پخش خبرچه تاثیری در بر دارد؟
- ۳- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در پخش خبر چه تاثیری در بر دارد؟
- ۴- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در آرشیو خبر چه تاثیری در بر دارد؟
- ۵- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در تحریریه خبرچه تاثیری در بر دارد؟
- ۶- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در مونیترینگ خبرچه تاثیری در بر دارد؟
- ۷- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در تعامل بین خبرنگاران و سردبیران و مدیران خبرچه تاثیری در بر دارد؟
- ۸- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در هزینه های تولید و پخش خبرچه تاثیری در بر دارد؟
- ۹- تغییر تکنولوژی آنالوگ به دیجیتال در کنترل و نظارت مدیران خبرچه تاثیری در بر دارد؟

## ۶-۱- فرضیات تحقیق :

این تحقیق اکتشافی و توصیفی است، و طرح فرضیه ندارد.

## ۷-۱- تعریف مفاهیم تحقیق ( نظری / عملی ) :

- سیستم

در بیان عامیانه مترادف با واژه های روش و شیوه یا متد به کار رفته است با تعاریف متعددی ارائه شده که هر یک از نقطه نظر خاصی به تعریف سیستم پرداخته اند. سیستم عبارتست از مجموعه ای از اجزا به هم پیوسته که در راه نیل به یک یا چند هدف معین به هم وابسته اند ، به ترتیبی که ، هرگاه یک یا چند داده وارد آن می شوند ، یک یا چندین ستاده از آن خارج می گردند .

- سیستم آنالوگ :

سیستم های که عملکرد آنها مبتنی بر قسمت های مکانیکی و یا ترکیب آن با قسمت های الکترونیکی می باشد . این سیستمها بون حافظه و کنترل آن غیرهوشمند ، غیر خودکار و توسط انسان صورت می گیرد. روند اجرای یک طرح در قالب این سیستم ها بصورت زنجیره ای پیوسته می باشد عملکرد هر قسمت وابسته به قسمت های قبل و بعد از آن می باشد. هرگونه خطا در یک قسمت باعث اختلال در کل مجموعه کاری می شود.

- سیستم دیجیتال :

سیستم های که عملکرد آنها مبتنی بر رایانه و مدارات مجتمع<sup>۱</sup> است. پردازندهای پر سرعت این سیستم بدون استفاده از قسمت های مکانیکی دستورات برنامه ریزی شده در آن را به اجرا در می آورند. این سیستمها دارای حافظه و با کنترل گر هوشمند ، بصورت خودکار و توسط برنامه های ذخیره شده در آن کار می کند. روند اجرای یک طرح در قالب این سیستم ها بصورت برنامه های موازی و همزمان می باشد عملکرد هر قسمت غیروابسته به قسمت های دیگر است. هرگونه خطا در یک قسمت خللی را در کل مجموعه کاری باعث نمی شود.

<sup>۱</sup> - Integrated Circuit (IC)

## - مدیریت<sup>1</sup>

"مدیریت فرآیند طراحی و حفظ محیط و شرایطی است که در آن، افراد گروه‌ها برای دستیابی به اهداف منتخب گروهی، به طور موثر و با انگیزه فعالیت نمایند" (رابینز، ۱۳۷۹، ص ۷).

"مدیریت فرآیند جذب و بکارگیری موثر و کارآمد منابع و امکانات مادی و انسانی بر برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت، کنترل و رهبری و ایجاد انگیزش در جهت تحقق اهداف سازمانی و همسو با نظام ارزشی مورد وفاق است" (رضائیان، ۱۳۶۹، ص ۹۱).

## - خبر<sup>۲</sup>

"خبر فرآیند ارزش گذاری عناصر رویداد عینی است با توجه به منافع فرستنده و نیاز مخاطب" (مسعودی، ۱۳۸۷)

"خبر اطلاعاتی منصفانه، متعادل، به دور از غرض ورزی و قابل فهم درباره یک رویداد است که تازه، مهم، جالب، نو و تاثیرگذار باشد" (شکرخواه، ۱۳۷۴، ص ۲۲).

## - اتاق خبر<sup>۳</sup>

"اتاق خبر یک سیستم یک پارچه عملیاتی و اطلاعاتی مکانیزه برای هر مؤسسه خبررسانی نوشتاری، شنیداری و دیداری و مجموعه متعاملی از ۳ عنصر کلیدی نرم افزار، سخت افزار و نیروی انسانی است" (طلیعی، ۱۳۸۶).

"اتاق خبر قلب تپنده هر بنگاه خبررسانی نوشتاری - شنیداری و دیداری است. نرم افزار - سخت افزار و نیروی انسانی سه عنصر کلیدی این قلب می باشد" (عابدینی، ۱۳۸۵).

## - تلویزیون دولتی<sup>۴</sup>

صدقی (۱۳۸۴) نوع اداره و وضعیت حقوقی و ماهیت رسانه های رادیو تلویزیونی در جهان را به سه گروه تقسیم می کند:

<sup>1</sup> - Management

<sup>2</sup> - News

<sup>3</sup> - News room

<sup>4</sup> - Public TV Network

گروه اول، سازمان دولتی<sup>۱</sup> هستند که کل درآمد و اعتبارات آنها را دولت و حکومت پرداخت می کند و از نظر سیاست کار، خط مشی و محتوای برنامه ها، وابسته به حکومت و دولت هستند، خواسته ها و مقاصد آنها را تأمین می کنند و سلسله مراتب آنها را نیز حکومت مشخص می کند .

گروه دوم، سازمانهای عمومی یا ملی<sup>۲</sup> هستند که ضمن دریافت کمک های حکومتی و دولتی، هزینه های خود را از محل پرداخت های عمومی و حق اشتراک مردمی تأمین می کنند و دولت در حد نظارت با آنها ارتباط دارد. به سخن دیگر، قوانین و مقررات و ضوابط آنها را نهادهای مردمی و دموکراتیک و نه دستگاه و شخصی خاص، وضع می کنند و رعایت نکردن این قوانین پاسخگویی به نهادهای ملی و مردمی را در پی دارد .

گروه سوم، سازمان های رادیو تلویزیونی خصوصی و تجارتي<sup>۳</sup> هستند که ضمن تبعیت از مقررات عمومی، رأساً در برابر عملکرد خود مسئولند و هزینه های آنها، صرفاً از محل درآمدهای اختصاصی (اشتراک کابلی و کارت، آگهی های بازرگانی و حمایت تجارتي و فروش محصولات) تأمین و تدارک می شود که وضعیت حقوقی آنها نیز تابع مقررات بازرگانی و قوانین تجارتي است .

مالکیت گروه اول رسانه ها به حکومت و دولت، مالکیت گروه دوم رسانه ها به مردم و مالکیت گروه سوم رسانه ها به اشخاص حقیقی یا حقوقی خصوصی، تعلق دارد. هر نوع از این مالکیت ها، در شیوه اداره، میزان پاسخگویی و کیفیت آن به مردم و نحوه انتصاب یا انتخاب مدیران، چارچوب حاکم بر ضوابط و مقررات، شیوه نظارت و مسائلی از این دست که در مدیریت ملاحظه می شوند، تأثیر دارند و تعیین کننده اند. اگرچه مالکیت های نوع اول و دوم به نوعی مالکیت عمومی تلقی می شوند، یا به عبارتی تعلق به بیت المال دارند، میزان دخالت و نظارت عمومی نحوه اداره آنها را متفاوت می کند و مدیریت رسانه به خصوص وجوه سیاستگذاری آن، مستقیماً با همین شیوه ها مرتبط است.

- فرآیند<sup>۴</sup>

ام ادلسون (۱۳۸۱) فرآیند را اینگونه تعریف و تبیین میکند:

<sup>۱</sup> - Governmental

<sup>۲</sup> - Public or National

<sup>۳</sup> - Private and Commerica

<sup>۴</sup> - Process

یک سری منطقی از تراکنش های مرتبط با یکدیگر که ورودی را به نتایج و خروجی ها تبدیل می کند. زنجیره ای از فعالیت های تکراری و منطقاً مرتبط که از منابع شرکت بهره می گیرد تا یک موجودیت (فیزیکی یا معنایی) را با هدف دستیابی به نتایج و محصولات مشخص و قابل اندازه گیری برای مشتریان داخلی یا خارجی حاصل نماید. براساس این تعریف، تقریباً کلیه فعالیت های یک شرکت را می توان به صورت یک فرآیند تجاری و یا بخشی از آن در نظر گرفت .

فرآیندها به سه دسته تقسیم می شوند:

۱) فرآیندهای اصلی: این نوع فرآیندها، هسته مرکزی و فرآیندهای ارزش ساز شرکت هستند. آنها به صورت محوری در شرکت اجرا می شوند و فعالیت های مستقیم را از تأمین کنندگان تا مشتری در برمی گیرند.

۲) فرآیندهای پشتیبانی: این نوع فرآیندها به صورت مستقیم ارزش ساز نیستند، اما برای پشتیبانی فرآیندهای اصلی مورد نیاز هستند. فعالیت هایی همچون مدیریت مالی و مدیریت پرسنلی در این گروه قرار دارند.

۳) فرآیندهای توسعه: این نوع فرآیندها با هدف بالا بردن سطح کارایی زنجیره ارزش با فرآیندهای اصلی و پشتیبانی آن انجام می شوند. مثال هایی از این گروه، توسعه محصول و توسعه تأمین کنندگان هستند (ص ۲۳).

## - تکنولوژی

ارگاس (۱۳۷۷) چنین می گوید:

واژه تکنولوژی نیز مانند بسیاری از واژه های دیگر تعاریف متعددی دارد. در ارتباط با تکنولوژی باید گفت که تکنولوژی همان محصول نیست، بلکه فرایندی است مشتمل بر دانش، مهارتها، فنون مختلف، ساخت و تولید محصول یا ارائه خدمت است. با توجه به این تعریف تکنولوژی به دو طبقه تقسیم می شود که اولی با تکیه بر پیشرفتهای علوم طبیعی توسعه یافته است که تکنولوژی سخت نام دارد. دومی تکنولوژیهای نرم نام دارد که از طریق تلفیق پیشرفتهای علوم طبیعی و علوم انسانی توسعه یافته که نرم افزارهای کامپیوتر یکی از مصادیق تکنولوژیهای نرم به شمار می آیند (ص ۶۸).



رایبیز (۱۳۷۹) تعریف خود را مبتنی بر سازمان قرار داده و می گوید:

در سازمان تکنولوژی با نوعی مواد اولیه شروع می شود که کارکنان روی مواد اولیه کار می کنند تا تغییراتی را در آنها ایجاد نمایند و بدان وسیله مواد اولیه به صورت محصول درآید؛ به طوری که این محصول بتواند برآورنده تقاضا یا نیازهای انسانی باشد. بنابراین در این تعریف از تکنولوژی تقریباً اتفاق نظر وجود دارد. "تکنولوژی به اطلاعات و تجهیزات، فنون و فرایندهای لازم برای تبدیل نهاده ها به ستاده ها اطلاق می شود" (ص ۱۳۶).

این تعریف از تکنولوژی مورد نظر ماست که تأثیر آن بر مدیریت سازمانها مورد توجه قرار می گیرد

### - تکنولوژیهای نوین اطلاعات و ارتباطات

آذرنگ (۱۳۷۰) چنین بیان می دارد:

ابزارها و وسایلی که به هر طریق موجب تولید، انباشت، پردازش و اشاعه اطلاعات شوند، تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطی نامیده می شوند. در واقع، تکنولوژی اطلاعاتی عبارت است از: «مجموعه ابزارها، ماشینها و دانش و روش و مهارت استفاده از آنها در تولید، انتقال و جابه جایی، پردازش، آماده سازی و مصرف اطلاعات» (ص ۱۱۰).

تمام ابزارها و وسایلی را که در تولید، آماده سازی، و انتقال اطلاعات نقش دارند، اعم از وسایلی دستی ساده یک کتابخانه تا وسایلی پیچیده و پیشرفته یک مرکز اطلاع رسانی، تکنولوژی اطلاع رسانی می خوانند. بر این مبنا هر رسانه ای که قابلیت انتقال و جابه جایی اطلاعات از یک نقطه به نقطه دیگر را داشته باشد و هدف آن برقراری ارتباط باشد، در قلمرو تکنولوژی ارتباطات قرار می گیرد. بدین ترتیب تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطی به گونه ای با هم در آمیخته اند که مجزا کردن آنها بسیار دشوار است. در حقیقت هر دو، هدف مشترکی را دنبال می کنند که همان اشاعه اطلاعات در میان مردم است. بدین ترتیب تکوین دنیای جدید قبل از هر چیز، مدیون دستاوردهای تکنولوژیهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی است. محور اصلی این فنون، امروزه کامپیوتر و ابزارهای ارتباطات راه دور است. "کامپیوترها اساساً کار پردازش و انباشت اطلاعات را انجام می دهند و ارتباطات راه دور امکانات پخش و توزیع این اطلاعات را در سطح بسیار وسیعی فراهم می سازند" (اسدی ۱۳۶۹، ص ۲۲).

بنابراین تکنولوژیهای اطلاعاتی به مدد ابزارهای ارتباطی رسالت خود را که همان جابه جایی و انتقال اطلاعات است، انجام می دهند. عصر حاضر را به واسطه بهره گیری از تکنولوژیهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی، "عصر اطلاعات و ارتباطات" نام نهاده اند. در این دوران، افراد و جوامع به طور مستمر با یکدیگر ارتباط دارند و جهان به شکل یکپارچه در آمده و به "دهکده ای جهانی" تبدیل شده است.

## - مدیریت تکنولوژی

بوشهری (۱۳۸۷) این گونه تعریف و توضیح می دهد:

مدیریت تکنولوژی، در واقع مدیریت سیستمی است که خلق، کسب، و به کارگیری تکنولوژی را ممکن می سازد و شامل مسوولیتی است که این فعالیتها را در راستای خدمت به بشر و برآورده ساختن نیازهای مشتری قرار می دهد. تحقیق، اختراع، و توسعه، اساسی ترین مولفه های خلق تکنولوژی و وقوع پیشرفت های تکنولوژیک هستند. اما در مسیر تولید ثروت، مولفه ی مهم تری نیز وجود دارد که همان به کارگیری یا تجاری سازی تکنولوژی است. به بیان دیگر، مزایای تکنولوژی هنگامی تحقق می یابند که نتیجه ی آن به دست مشتری برسد. مشتری می تواند فرد، شرکت، یا یک نهاد دولتی همچون سازمان های دفاعی باشد.

تکنولوژی هنگامی به تولید ثروت منجر می شود که یا تجاری شود و یا در مسیر تحقق اهداف استراتژیک یا عملیاتی یک سازمان به کار بسته شود. (ص ۲۸).

مدیریت تکنولوژی دارای ابعاد ملی، سازمانی و فردی است. در سطح ملی یا دولتی (سطح کلان)، مدیریت تکنولوژی به شکل گیری سیاست های عمومی کمک می کند. در سطح بنگاه (سطح خرد)، به ایجاد و تثبیت بنگاه های رقابت پذیر می انجامد. در سطح فردی، به ارتقاء ارزش فرد در جامعه کمک می کند.

کلیل تارک (۱۳۷۹) از اعضای برجسته شورای تحقیقات ملی آمریکا، مدیریت تکنولوژی را چنین تعریف کرده است: "یک حوزه ی بین رشته ای که با طرح ریزی، توسعه و پیاده سازی توانمندی های تکنولوژیک برای شکل دادن و تحقق اهداف استراتژیک و عملیاتی یک سازمان سروکار دارد" (ص ۳۶).

مدیریت تکنولوژی به این دلیل یک حوزه‌ی بین‌رشته‌ای محسوب می‌شود که دانش حاصل از رشته‌های علوم، مهندسی و مدیریت اجرایی را ترکیب می‌کند. مدیریت تکنولوژی بر بسیاری از اجزاء کارکردی سازمان همچون تحقیق و توسعه، طراحی، تولید، بازاریابی، مالی، پرسنلی، و اطلاع‌رسانی تأثیر می‌گذارد. گستره‌ی آن، هم مقولات استراتژیک و هم مقولات عملیاتی سازمان را شامل می‌شود. ابعاد عملیاتی با فعالیت‌های روزمره‌ی سازمان سروکار دارند و ابعاد استراتژیک بر موضوعات بلندمدت متمرکز هستند. سازمان باید به هر دو بعد توجه داشته باشد.

### - ساختار مبتنی بر فرآیند (سازمان افقی)

اخوان (۱۳۸۵) معتقد است:

در یک «سازمان افقی» به کارکنان اختیارات بیشتری داده شده و ساختار سازمانی از حالت وظیفه‌ای بیرون آمده و حول فرایندها، کار دنبال می‌شود. در چنین سازمانی افراد می‌توانند درباره روشهای جدید انجام کار بیندیشند و برای انجام کارها طرحهای نوین را ارائه نمایند، نیازهای جدید مشتریان را شناسایی و در جهت تامین آنها اقدام کنند. چنین سازمانی حرکت به سمت یادگیری را آغاز کرده است. از دیگر موفقیت‌های سازمان یادگیرنده این است که کارکنان می‌توانند حتی در تعیین مسیر استراتژی نقش داشته باشند. اعضای سازمان نیازها را شناسایی کرده و استراتژی براساس مجموعه فعالیت‌های تیم‌هایی تدوین می‌شود که به مشتریان محصول یا خدمت را ارائه می‌کنند. بخش‌های مختلف سازمان خود را با شرایط در حال تغییر وفق می‌دهند و در حالی که هیچ‌گاه از مأموریت اصلی شرکت فاصله نمی‌گیرند درصددند که به صورتی مستقل تغییرات را بپذیرند (ص ۱۰).

### - ساختار سازمان رسانه‌ای:

خجسته (۱۳۸۶) بیان می‌دارد:

ساختار سازمان‌های رسانه‌ای تحت تأثیر سه عنصر اصلی شکل می‌گیرد. بین این سه عنصر رابطه‌ی دیالکتیکی وجود دارد. این «ساخت» بر تمام فعالیت‌های

درون سازمانی و برون‌سازمانی تأثیرگذار است. به‌طوری که تغییر در هر کدام موجب تغییر کامل در عناصر دیگر و در نتیجه در شکل و نوع فعالیت سازمان رسانه‌ای می‌شود. این سه عنصر عبارت‌اند: ۱. سازمان رسانه، ۲. نوع رسانه، ۳. محیط بیرونی.

هر سازمان رسانه‌ای یک «شکل سازمانی» دارد و دارای دو بُعد شکلی و محتوایی است.

عنصر دیگر معطوف به نوع رسانه و ماهیت آن 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. عنصر سوم «ساخت» دهی محیط بیرونی سازمان رسانه‌ای است که بر تمام فعالیت‌های آن اثرگذار است (ص ۷۱).