



پایان نامه دوره کارشناسی ارشد
رشته مدیریت رسانه

داده کاوی و تحلیل قابلیت های روش شناسی سیستم های نرم (SSM) در مدیریت سازمان های رسانه ای

آسیه زارعی

استاد راهنما:

دکتر عبدالعلی علی عسگری

استاد مشاور:

دکتر حمید عبداللهیان

بهار ۱۳۸۸

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

چکیده

متخصصان ارتباطات سازمان رسانه را دارای پیچیدگی بالا می دانند. مولفه های متعدد اجتماعی و فرهنگی موثر بر فعالیت رسانه ای، پیچیدگی انسانی و ابهام در تولید و عرضه محصولات رسانه ها را بالا می برد و مدیریت را با مخاطرات زیادی مواجه می کند. مدیران رسانه ها معمولاً مطابق با سلیقه و تجربه خود روش هایی را در مدیریت به کار می گیرند که لزوماً با ماهیت رسانه سازگار نیست. این موضوع باعث می شود برخی روش های مورد استفاده با صرف هزینه های کلان، موفقیت خاصی نیز به همراه نداشته باشند و حتی نتیجه عکس بگیرند. ضمن اینکه بالا بودن ابهام و سردرگمی مدیران، قابلیت های آنها در انجام وظایف اصلی شان مثل برنامه ریزی و کنترل را پایین می آورد و ارتقای سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد. پس جای خالی دیدگاه و روشی در مدیریت رسانه که این پیچیدگی ها و ابهامات را در نظر بگیرد و رشد سازمان را دربرداشته باشد کاملاً مشهود است.

این تحقیق قابلیت های روش شناسی سیستم های نرم را در این زمینه، مورد تحقیق قرار داده است. کل نگرایی تفکر سیستمی و توجه به موقعیت های نرم یا انسانی در این روش شناسی به طور همزمان قوت های هر دو دیدگاه را افزایش می دهد و این روش را در سطوح خرد و کلان فعالیت رسانه ای در توجه به همه ذینفعان، یادگیری و رشد سازمانی توسعه می دهد.

بنابر این ویژگی ها فرضیه این تحقیق مبنی بر قابلیت های بیشتر روش شناسی سیستم های نرم نسبت به دیگر روش های سیستمی در مدیریت سازمان های رسانه ای - با استفاده از روش رویش نظریه (داده کاوی) در اطلاعات کتابخانه ای و اسنادی مرتبط - مورد آزمون قرار گرفت. این روش با سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، ابتدا ویژگی های هر روش را از متون مرتبط استخراج کرد، سپس این ویژگی ها را طبقه بندی و مقایسه نمود و در مرحله آخر بر اساس ماهیت سازمان رسانه و نیاز آن در هر طبقه از ویژگی ها، روش ارجح را انتخاب کرد.

نتیجه تحقیق، فرضیه را مورد تایید قرار داد و روش شناسی سیستم های نرم را به عنوان روشی برای مدیریت پروژه ای (مقطعی) و برنامه ریزی دراز مدت در سازمان های رسانه ای پیشنهاد داد. ضمناً این تحقیق انتخاب علمی روش مدیریت با توجه به ماهیت و نیاز سازمان ها و استفاده از روش رویش نظریه در این کار را پیشنهاد داده است.

واژگان کلیدی: سازمان رسانه، پیچیدگی، روش شناسی سیستم های نرم، روش های سیستمی، تفکر سیستمی، مدیریت رسانه، روش شناسی رویش نظریه.

فهرست مطالب

۱- فصل اول: کلیات تحقیق.....	۱
۱-۱- طرح مسأله.....	۲
۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۵
۱-۳- هدف تحقیق.....	۵
۱-۴- سوال تحقیق.....	۵
۱-۵- فرضیه تحقیق.....	۵
۱-۶- تعریف مفاهیم.....	۶
۲- فصل دوم: مبانی نظری تحقیق.....	۸
۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین.....	۹
۲-۱-۱- انواع تحقیقات با استفاده از روش شناسی سیستمهای نرم.....	۹
۲-۱-۲- تحقیقات در کشورهای دیگر با استفاده از روش شناسی سیستمهای نرم.....	۱۰
۲-۱-۳- تحقیقات در ایران با استفاده از روش شناسی سیستمهای نرم.....	۱۸
۲-۱-۴- جمع بندی.....	۲۲
۲-۲- نظریه های مربوط به موضوع تحقیق.....	۲۴
۲-۲-۱- نظریه عمومی سیستم ها.....	۲۴
۲-۲-۱-۱- طبقه بندی سیستم ها براساس پیچیدگی.....	۲۶
۲-۲-۱-۲- ویژگی های نظریه عمومی سیستم ها.....	۲۹
۲-۲-۲- سیستم قضاوت و تصمیم سازی ویکرس.....	۳۲
۲-۲-۲-۱- موارد موثر بر SSM در نظریه برتالنفی و ویکرس.....	۳۲
۲-۲-۲-۲- نقد هدف محوری فعالیت انسانی.....	۳۳
۲-۲-۲-۳- نقد سبیرنتیک و یادگیری تک حلقه ای.....	۳۴
۲-۲-۲-۴- مدل یادگیری براساس سیستم قضاوت و تصمیم سازی ویکرس.....	۳۵
۲-۲-۳- دیدگاه تفسیری.....	۳۶
۲-۲-۳-۱- ویژگی های دیدگاه تفسیری.....	۳۷
۲-۲-۳-۲- پدیدارشناسی.....	۳۹
۲-۲-۳-۳- هرمنوتیک.....	۴۰
۲-۳- چارچوب نظری تحقیق.....	۴۱
۲-۳-۱- تفکر سیستمی.....	۴۱
۲-۳-۱-۱- عدم پاسخگویی روش شناسی های سیستمهای سخت برای مسائل جهان واقع مدیریت.....	۴۱
۲-۳-۱-۲- ویژگی های تفکر سیستم های سخت.....	۴۲
۲-۳-۱-۳- تفکر سیستمی چکلند.....	۴۳
۲-۳-۱-۴- ویژگی های تفکر سیستمهای نرم.....	۴۴
۲-۳-۱-۵- معرفت شناسی SSM؛ دیدگاه تفسیری و تفاوت آن با اثبات گرایی.....	۴۶

۵۷ پدیدارشناسی و هرمنوتیک
۵۰ تفاوت سیستم های نرم و سخت در طراحی
۵۱ رویکرد کنش اجتماعی در سازمان رسانه
۵۲ جمع بندی
۵۳ فصل سوم: روش تحقیق
۵۴ انتخاب روش تحقیق
۵۵ روش جمع آوری اطلاعات
۵۶ روش نمونه گیری
۵۷ روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۵۸ اعتبار و پایایی تحقیق
۶۰ فصل چهارم: یافته های تحقیق
۶۱ نقد و ارزیابی کلی چهار روش ساختاریافته سیستمی
۶۳ تحلیل روشهای انتخاب شده در نمونه گیری نظری
۶۳ یافته های کدگذاری باز
۶۳ ۱-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی روش مهندسی اطلاعات (IE)
۶۶ ۲-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی روش تجزیه و تحلیل ساخت یافته سیستم (SSADM)
۶۸ ۳-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی روش برنامه ریزی سیستم های تجاری (BSP)
۷۱ ۴-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی روش توسعه سریع (RAD)
۷۳ ۵-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی روش برقراری نظام کیفیت (QFD)
۷۵ ۶-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی روش تحلیل شی گرا (OOAD)
۷۷ ۷-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی روش شناسی سیستم های نرم (SSM)
۸۱ ۸-۲-۱-۴- کدگذاری باز و یادآورنویسی ویژگی های سازمان رسانه
۸۴ ۲-۲-۴- طبقه بندی کدها
۸۶ ۳-۲-۴- یافته های کدگذاری محوری: مقایسه ویژگی های روش ها با یکدیگر
۸۸ ۱-۳-۲-۴- داده های نظری تکمیلی با توجه به کدگذاری محوری
۹۰ ۲-۳-۲-۴- کدگذاری باز تکمیلی و یادآورنویسی با توجه به کدگذاری محوری و باز تکمیلی
۹۳ ۲-۲-۴- کدگذاری انتخابی: انتخاب روش سازگار با ویژگی های رسانه
۹۵ ۱-۴-۲-۴- رجحان SSM به روش های دیگر در رسانه
۹۶ ۳-۴-۲- به کارگیری SSM در مدل نظری یک رسانه (مدل ارتباط جمعی مالتزکه)
۱۰۱ فصل پنجم: نتیجه گیری
۱۰۲ ۱-۵- نتیجه گیری
۱۰۵ ۲-۵- پیشنهادات
۱۰۶ ۳-۵- پیشنهاد برای تحقیقات آینده

فهرست منابع و مأخذ	۱۰۸
ضمائم	۱۱۷
۱- ضمیمه الف: انواع دیدگاه ها در شناخت عوامل موثر بر تولید رسانه ای	۱۱۸
۱- الف - دیدگاه عملکردگرایانه	۱۱۸
۲- الف - دیدگاههای مارکسیستی	۱۱۹
۳- الف - کثرتگرایی	۱۱۹
۳- الف - فرهنگگرایی	۱۱۹
۴- الف - دروازه بانی	۱۲۰
۵- الف - نظر این دیدگاه ها درباره عوامل موثر بر محتوای رسانه	۱۲۱
۲- ضمیمه ب: رویکرد کنش اجتماعی	۱۲۳
۳- ضمیمه ج: روش رویش نظریه	۱۲۵
۱- ج- جمع آوری داده ها	۱۲۶
۲- ج- تحلیل داده ها	۱۲۷
۳- ج- اعتبار تحقیق	۱۲۸
۴- ضمیمه د: مولفه های مدل مالتزکه	۱۲۹
۵- ضمیمه ه: ویژگی های روش کتابخانه ای یا اسنادی	۱۳۳
۱- ه- اعتبار و پایایی روش اسنادی	۱۳۳
۲- ه- اعتبار منابع چاپی و الکترونیک	۱۳۳
۳- ه- پایایی منابع الکترونیک	۱۳۴
۶- ضمیمه و: روشهای مهندسی سیستمی	۱۳۵
۱- و- چرخه حیات ایجاد سیستم (SDLC)	۱۳۵
۱-۱- و- مشخصات چرخه نظام یافته تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم	۱۳۵
۲-۱- و- مدل های منطقی و فیزیکی	۱۳۶
۲- و- مهندسی اطلاعات	۱۳۸
۲-۱- و- مبانی و مفاهیم	۱۳۹
۲-۲- و- مراحل	۱۴۱
۳-۲- و- کاربرد	۱۴۲
۳- و- تحلیل و طراحی ساخت یافته سیستم ها	۱۴۳
۳-۱- و- مبانی و مفاهیم	۱۴۳

- ۱۴۵ ۲-۳-و- مراحل
- ۱۴۷ ۳-۳-و- ابزار
- ۱۴۸ ۴-و- برنامه‌ریزی سیستم‌های تجاری
- ۱۴۸ ۱-۴-و- مبانی و مفاهیم
- ۱۵۲ ۲-۴-و- مراحل
- ۱۵۴ ۵-و- روش شناسی توسعه سریع (RAD)
- ۱۵۶ ۱-۵-و- مبانی و مفاهیم
- ۱۵۹ ۲-۵-و- مراحل
- ۱۶۰ ۶-و- برقراری نظام کیفیت (QFD)
- ۱۶۰ ۱-۶-و- مبانی و مفاهیم
- ۱۶۱ ۲-۶-و- مراحل
- ۱۶۱ ۷-و- روش شناسی تحلیل شیء گرا (OBJECT ORIENTED ANALYSIS)
- ۱۶۲ ۱-۷-و- مبانی و مفاهیم
- ۱۶۴ ۲-۷-و- مراحل
- ۱۶۴ ۳-۷-و- ابزارها
- ۱۶۵ -۷- ضمیمه ز**
- ۱۶۵ ۱-ز- نظریه های مختلف راجع به سازمان رسانه
- ۱۶۵ ۱-۱-ز- سابقه تحقیقات درباره سازمان رسانه
- ۱۶۶ ۲-۱-ز- پیچیدگی ها در رسانه
- ۱۶۶ ۱-۲-۱-ز- پیچیدگی دیدگاهها و ارزشهای اجتماعی
- ۱۶۷ ۲-۲-۱-ز- پیچیدگی قواعد و برداشتهای شخصی
- ۱۶۹ ۳-۲-۱-ز- پیچیدگی هدف در سازمان رسانه
- ۱۷۱ ۴-۲-۱-ز- محیط بیرونی و پیچیدگی اطلاعات، ارزشها و هنجارها
- ۱۷۳ ۳-۱-ز- سطوح تحقیقات درباره سازمان رسانه
- ۱۷۴ ۲-ز- جمع بندی
- ۱۷۶ -۸- ضمیمه ح: روش شناسی سیستم های نرم چیست؟**
- ۱۷۶ ۱-ح- فرایند طراحی خلاق
- ۱۷۷ ۲-ح- سیستم یادگیرنده SSM
- ۱۸۰ ۳-ح- مرحله اول: کشف اولیه شرایط
- ۱۸۰ ۱-۳-ح- راهنمایی برای کشف اولیه
- ۱۸۱ ۴-ح- مرحله دوم: کشف منسجم شرایط
- ۱۸۳ ۱-۴-ح- تفسیر چه کسی؟
- ۱۸۴ ۲-۴-ح- تفکر سیستمی در دو مرحله اول
- ۱۸۵ ۳-۴-ح- اعتبار بازنمایی

- ۱۸۶ ۴-۴-تحقیقات مرتبط برای اکتشاف
- ۱۸۷ ۵-ح-مرحله سوم: تعاریف ریشه ای سیستم های مرتبط
- ۱۸۸ ۵-۱-راهنمایی برای تعریف ریشه ای و CATWOE
- ۱۹۰ ۶-ح-مرحله چهارم: مدل های مفهومی
- ۱۹۲ ۶-۱-راهنمایی برای معیارهای اجرا
- ۱۹۴ ۶-۲-اعتبار مدل ها
- ۱۹۶ ۷-ح-مرحله پنجم: مقایسه
- ۱۹۸ ۸-ح-مراحل شش و هفت: اجرای تغییرات ممکن و مطلوب
- ۱۹۸ ۸-۱-اعتبار تغییرات

فهرست جداول

جدول ۱-۲: سلسله مراتب سیستم ها بر حسب افزایش پیچیدگی	۲۷
جدول ۲-۲: تفاوت اثبات گرایی و تفسیرگرایی (خلاصه شده از بخش قبل).....	۴۶
جدول ۳-۲: جریان های سه گانه هرمنوتیک از طبقه بندی ویسالا.....	۴۹
جدول ۴-۱: کدگذاری باز روش IE.....	۶۳
جدول ۴-۲: یادآورنویسی کدگذاری باز روش IE.....	۶۵
جدول ۳-۴: کدگذاری باز روش SSADM.....	۶۶
جدول ۴-۴: یادآورنویسی کدگذاری باز روش SSADM.....	۶۸
جدول ۴-۵: کدگذاری باز روش BSP.....	۶۸
جدول ۴-۶: یادآورنویسی کدگذاری باز روش BSP.....	۷۰
جدول ۴-۷: کدگذاری باز روش RAD.....	۷۱
جدول ۴-۸: یادآورنویسی کدگذاری باز روش RAD.....	۷۲
جدول ۴-۹: کدگذاری باز روش QFD.....	۷۳
جدول ۴-۱۰: یادآورنویسی کدگذاری باز روش QFD.....	۷۴
جدول ۴-۱۱: کدگذاری باز روش OOAD.....	۷۵
جدول ۴-۱۲: یادآورنویسی کدگذاری باز روش OOAD.....	۷۶
جدول ۴-۱۳: کدگذاری باز روش SSM.....	۷۷
جدول ۴-۱۴: یادآورنویسی کدگذاری باز روش SSM.....	۸۰
جدول ۴-۱۵: کدگذاری باز سازمان رسانه.....	۸۱
جدول ۴-۱۶: یادآورنویسی کدگذاری باز سازمان رسانه.....	۸۳
جدول ۴-۱۷: طبقه بندی کدها در ویژگی های روش ها.....	۸۴
جدول ۴-۱۸: طبقه بندی ویژگی های سازمان رسانه.....	۸۶
جدول ۴-۱۹: کدگذاری محوری روشها(مقایسه ویژگی های روش ها).....	۸۷
جدول ۴-۲۰: کدگذاری باز داده های نظری تکمیلی.....	۹۰
جدول ۴-۲۱: یادآورنویسی تکمیلی.....	۹۱
جدول ۴-۲۲: کدگذاری انتخابی با محوریت ویژگی های رسانه(انتخاب روش ارجح).....	۹۴
جدول ز-۲: تضادهای نقش شغلی رسانه ها.....	۱۶۸

فهرست تصاویر

- تصویر ۱-۲: ساختار سیستم قضاوت و تصمیم سازی ویکرس ۳۵
- تصویر ۲-۲: نمونه ای از تفکر نرم و سخت ۴۵
- تصویر ۲-۳: مدل ارتباط جمعی مالتزکه ۵۲

فهرست نمودارها

- نمودار ۴-۱: تعیین عناصر CATWOE در مدل رسانه مالتزکه ۹۹
- نمودار و-۱: چرخه نظام یافته تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم ۱۳۶
- نمودار و-۲: سازوکار آبخاری مدلسازی در تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم ۱۳۸
- نمودار و-۳: سیستم اطلاعاتی در BSP به عنوان یک بخش مکمل در سازمان عمل می کند ۱۴۹
- نمودار و-۴: BSP ترجمه و تبدیل استراتژی سازمان به استراتژی سیستم های اطلاعاتی ۱۵۱
- نمودار و-۵: اصل برنامه ریزی از بالا به پایین و اجرا از پایین به بالا در BSP ۱۵۲
- نمودار و-۶: اجزای تشکیل دهنده RAD ۱۵۶
- نمودار و-۷: میزان دخالت انواع کاربران در لایه های سیستم از نظر RAD ۱۵۷
- نمودار و-۸: رابطه خبرگان و کاربران در RAD ۱۵۸
- نمودار و-۹: مراحل توسعه سیستم در RAD ۱۵۸
- نمودار و-۱۰: تعریف روش شی گرا از سیستم ۱۶۲
- نمودار ح-۱: تصویر پایه SSM ۱۷۷
- نمودار ح-۲: مراحل SSM در تفکیک هفت مرحله ۱۷۹

۱- فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مسأله

به گفته مک کوایل "رسانه در مقایسه با سایر سازمان های پیچیده، عدم قطعیت بیشتری دارد" (مک کوایل، ۱۳۸۲، ص ۱۲۵). این جمله به پیچیدگی ها و ابهامات سازمان رسانه اشاره دارد که دیدگاه های مختلف نسبت به رسانه، هر یک به ابعادی از آنها اشاره کرده اند. تاثیرپذیری محصول رسانه از دیدگاه ها و ارزشهای تولیدکنندگان آن، صاحبان قدرت در رسانه و خارج آن، گروه های فشار و افکار عمومی، همچنین رشد تکنولوژی و پیچیدگی اطلاعاتی بیرونی و از طرف دیگر پیچیدگی های شغلی شاغلان رسانه از مهارت های حرفه ای گرفته تا هدف و درک از آن (محسنیان راد، ۱۳۸۲؛ مک کوایل، ۱۳۸۲؛ ویلیامز، ۱۳۸۶) همه مواردی است که گفته مک کوایل در ابتدای بحث را مورد تایید قرار می دهد.

منظور از سازمان رسانه در این تحقیق رسانه جمعی ای است که تعریف سازمان درباره آن معنا پیدا کند و به عبارت دیگر "نهاد اجتماعی باشد، مبتنی بر هدف باشند، ساختار آن به صورت آگاهانه طرح ریزی شده و دارای سیستم های فعال و هماهنگ باشد و سرانجام با محیط خارجی در ارتباط باشد" (دفت، ۱۳۸۱، ص ۱۵). این سازمان های رسانه ای نیز مانند هر سازمان دیگر نیاز به مدیریت و تلاش در رشد و ارتقای سازمان دارند. برای این کار روش های مختلفی برای مدیریت و ارتقای سازمان ها ایجاد شده اند.

اغلب روش ها و "مدل های عقلایی مدیریت، با فرض سازمان به مثابه سیستم" (هچ، ۱۳۸۶، ص ۱۸۷) به وجود آمده اند. این روش ها به دلیل کل گرا بودن تفکر سیستمی بیشتر برای ابعاد میانی و کلان مدیریت به کار گرفته می شوند. ضمن اینکه "تجربه مهندسی، نشان داده است استفاده از نگرش سیستمی در مسائل فنی قدرت و منافع بیشتری نسبت به دیگر نگرش های تحلیلی دارد" (Mirijamdotter, 1998, P. 6). اما این روش ها در سازمان هایی با پیچیدگی و دامنه تغییرات بسیار پایین، کارایی دارند (هچ، ۱۳۸۶، صص ۱۹۰-۱۹۱)؛ بنابراین برای سازمان پیچیده رسانه باید به دنبال انتخاب مناسبتری بود.

به دلیل ضعف های روش های ماشینی و سیستمی، از مدت ها پیش نیاز به دیدگاه انسان محور در مدیریت مطرح شده است. استیو کلارک در کتاب «مدیریت استراتژیک سیستم های اطلاعاتی» به تشریح مشکلات دیدگاه تکنولوژی محور در سیستم های اطلاعاتی می پردازد:

مطالعه انجمن کامپیوتر بریتانیا در ۱۹۹۶ نشان داده است که حدود ۹۰ درصد سرمایه گذاری های انجام شده در تکنولوژی اطلاعات اهداف عملکردی آنها را برآورده نکرده است. براساس این تحقیق، ماهیت تکنولوژی محور این فرایند و عدم توجه به عوامل سازمانی و انسانی، عوامل اصلی این ناکامی می باشند... (کلارک، ۱۳۸۲، ص ۲۷).

لیتین و هیرشهیم معتقدند حتی بسیاری از آنها که سیستم خود را موفق می دانند اشتباه می کنند و تنها در ارزیابی ناکامی انطباق^۱ سیستم این نتیجه گیری را می کنند. لیتین و هیرشهیم ایده ناکامی انتظار^۲ را رواج می دهند، یا ناکامی سیستم در برآورده کردن انتظارات مشارکت کنندگان، زیرا این سیستم ها فاقد دیدگاهی هستند که نماینده نظرات همه افراد صاحب نفع در سیستم باشد.

ناکامی انتظار، مفهومی مهم در هر سازمانی است که موفقیتش به تعامل انسانی بستگی دارد. شاید بتوان گفت که تنها شکل سازمانی که ممکن است در آن به این مسئله (تعامل انسانی) توجه نشود، سازمان ماشینی است. قطعا در سازمان های تخصصی و حرفه ای، اگر به انتظارات اعضای سازمان توجه نشود، سیستم نهایتا شکست خواهد خورد (کلارک، ۱۳۸۲، صص ۹۳-۹۷).

کلارک با توجه به تفکر انتقادی سیستم ها چارچوبی برای استراتژی سیستم های اطلاعاتی (ISS^۳) پیشنهاد می دهد که در آن:

هدف اولیه، تحلیل سیستم است به نحوی خلاقانه و از طریق تجزیه و تحلیل تفسیری آن با قصدی انتقادی. روش های موجود برای تسهیل این کار عبارتند از: توفان

^۱ Correspondence failure؛ منطبق نبودن سیستم نهایی با ویژگی های از پیش تعیین شده برای توسعه آن

^۲ Expectation failure

^۳ Information Systems Strategy

مغزی^۱، تفکر جانبی^۲، استفاده از استعاره^۳، طراحی ایده آل ایکاف^۴، مراحل یک تا پنج روش شناسی سیستم های نرم چکلند^۵ (کلارک، ۱۳۸۲، ص ۸۶).

از طرف دیگر تابحال روشی علمی برای مدیریت سازمان های رسانه ای ارائه نشده است (کیا، ۱۳۸۶، ص ۱۸۱). کیا علت این موضوع را اهمیت فرهنگ سازمان های رسانه ای و تفاوت های آنها با یکدیگر می داند. در حالی که برخی روش های انسان محور در مدیریت برای توجه و مد نظر قرار دادن مولفه های اجتماعی و فرهنگی در سازمانها ایجاد شده اند. تفاوت فرهنگی سازمان ها و فقدان روش علمی مدیریت به تجربی و سلیقه ای شدن مدیریت و تشدید مشکلات مدیریت در سازمانهای پیچیده منجر می شود.

در میان روش هایی که کلارک پیشنهاد داده است، روش شناسی سیستم های نرم به دلیل داشتن دیدگاه سیستمی احتمالا می تواند قابلیت های روش های سیستمی و روش های نرم را در کنار هم داشته باشد و در عین کل گرای، ابهامات سازمان رسانه را نیز مورد توجه قرار دهد.

مقایسه این روش با روشهای قبلی سیستمی که معمولا روش های مهندسی سیستمی نامیده می شوند در شرایط سازمان رسانه راهی است که نشان دهد این روش شناسی می تواند به نحو بهتری سازمان رسانه را مدیریت کند و ارتقا دهد یا نه.

شناخت روشی مناسب برای مدیریت در رسانه اهمیت بالایی دارد. زیرا پیچیدگی سازمان، دستیابی به اهداف و انجام وظایف اصلی مدیریت را تحت تاثیر جدی قرار می دهد. عدم اشراف مدیران به مسائل مختلف و موثر و اطلاعات متکثر و بی هدف بر قدرت برنامه ریزی، تفاسیر متفاوت افراد از موقعیت ها و ارتباطات بر قدرت سازماندهی و ابهام در هدف و روش کارها بر قدرت نظارت مدیران بر سازمان تاثیر می گذارد.

پس ضرورت وجود دیدگاه و روشی که به مدیران رسانه در استفاده صحیح از تحقیقات در درک و اشراف به شرایط، روابط با نیروی انسانی و ارائه راههایی برای رشد سازمان کمک کند، کاملا محسوس است و نتیجه این تحقیق می تواند به پیشنهاد دیدگاه و روشی متناسب با ماهیت و نیازهای رسانه منجر شود.

¹ Brain storming

² Lateral thinking

³ Use of metaphor

⁴ Ackoff's idealized design: روشی که با توفان مغزی ایده آل ها را تعیین می کند، اهداف بلندمدت را مشخص می سازد، اهداف کوتاه مدت را شناسایی می کند، سپس نوبت به انتخاب ابزار و روش مناسب برای دستیابی به این مقاصد می رسد (کلارک، ۱۳۸۴، ف ۱).

⁵ Checkland

۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق

همانطور که در طرح مسئله گفته شد مهمترین ضرورت این تحقیق، قدم برداشتن در کشف روشی در مدیریت رسانه است که تناسب های بیشتری با ویژگی های این سازمان داشته باشد و در مرتبه بالاتر به گونه ای کل نگر باشد که جایگاه مولفه های مختلف و متعدد در گیر در رسانه را برای مدیران روشن تر کند و در بهره وری فعالیت مدیران و رسانه نیز موثر باشد.

از طرف دیگر با قدرت گرفتن رویکردهای فرهنگ محور و فاصله گرفتن علوم انسانی از جمله مدیریت از علوم طبیعی و اثبات گرایی - که بخصوص پارادوکس هایی را در مدیریت فرهنگی، اجتماعی و سیاسی (از جمله در مدیریت رسانه)^۱ نشان می دهد - ضرورت شناخت تاثیر این رویکردها از جمله تفسیر گرایی در مدیریت و روش شناسی متناسب با آن نیز وجود دارد.

گذشته از همه این موارد، با توجه به موقعیت های خاص مدیریتی در هر کشور و سازمان از جمله ایران، شناخت پایه ای و معرفت شناسانه نظریه های مدیریت، به عنوان زمینه ای برای بومی سازی مدیریت رسانه و تقویت آن در موقعیت های فرهنگی ایران ضروری می باشد.

۳-۱- هدف تحقیق

- شناخت قابلیت استفاده از روش شناسی سیستم های نرم، در برابر دیگر روش های سیستمی، در مدیریت سازمان رسانه و توسعه آن؛

۴-۱- سوال تحقیق

- قابلیت های روش شناسی سیستم های نرم در برابر دیگر روش های سیستمی، برای مدیریت سازمان رسانه چیست؟

۵-۱- فرضیه تحقیق

- روش شناسی سیستم های نرم در برابر روش های دیگر سیستمی قابلیت های بیشتری برای مدیریت سازمان رسانه دارد؛

^۱ طبق مطالعات اولیه، شکل گیری دیدگاه تفسیری و فرهنگی و رشد آن تحت تاثیر خلا ناشی از همین پارادوکس ها بوده است.

۶-۱- تعریف مفاهیم

سازمان رسانه ای:

منظور از سازمان رسانه ای در این تحقیق رسانه جمعی ای است که تعریف سازمان درباره آن معنا پیدا کند و به عبارت دیگر "نهاد اجتماعی باشد، مبتنی بر هدف باشد، ساختار آن به صورت آگاهانه طرح ریزی شده و دارای سیستم های فعال و هماهنگ باشد و سرانجام با محیط خارجی در ارتباط باشد" (دفت، ۱۳۸۱، ص ۱۵).

مسائل نرم:

مسائل نرم در مقابل مسائل سخت تعریف می شوند. مسائل سخت، مسائلی هستند که به خوبی قابل تعریف هستند. "می توان فرض کرد که راه حل مشخصی دارند و تعدادی هدف خاص که باید به آنها برسند. چگونگی و چستی این مسائل در روش تحقیق به سرعت مشخص می شوند. اما مسائل نرم به راحتی قابل تعریف نیستند. اجزای فرهنگی - سیاسی زیادی دارند. وقتی به مسائل نرم فکر می کنیم به خود مسئله فکر نمی کنیم، بلکه به شرایط مسئله فکر می کنیم... و می خواهیم ببینیم می توانیم کاری برای آن کنیم یا نه" (Couprie, Goodbrand, Li, Zhu, 2000, P.2).

تحقیق عملی مدیریت:

تحقیقی است که "با هدف رسیدگی به یک مسئله، سوال یا موضوع کاربردی در یک سازمان خاص یا متن مدیریتی با رویکردی به حل مسئله و توصیه هایی برای نحوه انجام عمل انجام می شود. تمرکز پایه چنین تحقیقی، آموزشی یا ایجاد دانش به خاطر خودش نیست، بلکه برای تحقیق و یافتن راه حل هایی برای مسائل مدیریتی زندگی واقعی است" (Lancaster, 2005, P.28).

روشهای ساختاریافته سیستمی:

روش های ساختاریافته سیستمی نوعی از روش های تحقیق عملی مدیریت هستند که با رویکرد سنتی سیستمی انجام می شوند و به دلیل نگاه ساختاریافته و مهندسانه دیدگاه سنتی سیستمی، به این نام یا به نام روش های مهندسی سیستمی شناخته می شوند (الله یار بیگی، ۱۳۸۶، صص ۱-۲).

سیستم سیاسی:

این اصطلاح به روابط قدرت و فعالیت های قدرت محور توجه دارد. این روابط بیشتر مورد توجه نظریه های انتقادی هستند. این نظریه ها به نیت رهاسازی انسان ها از فشار قدرت از مشکلات سیاسی و هدف سیاسی سخن می گویند (معینی ، ۱۳۸۵ ، صص ۸۷-۸۹) که با معنی عرفی واژه «سیاسی» متفاوت است. در متن تحقیق واژه «سیاسی» به هر دو معنی عرفی و انتقادی به کار برده می شود. اما در مواردی که منظور انتقادی است به این موضوع اشاره می شود تا تفاوت مشخص شود.

۲- فصل دوم

مبانی نظری تحقیق

۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین

مطالعه تحقیقات پیشین در تحقیق حاضر باید با محوریت سابقه استفاده از روش شناسی سیستم های نرم در سازمان رسانه و سازمانهایی با فعالیت ها و اهداف فرهنگی انجام شود. اما برای مدیریت سازمان های رسانه ای تابحال روشی علمی ارائه نشده است (کیا، ۱۳۸۶، ص ۱۸۱). کیا علت این موضوع را اهمیت فرهنگ سازمان های رسانه ای و تفاوت های آنها با یکدیگر می داند و این موضوع را دلیل کافی بر عدم ارائه روشی برای مدیریت در این سازمانها می داند.

اما دیدگاه های اخیر انسان محور در مدیریت با توجه به تفاوت های انسانی سازمان ها از جمله فرهنگ سازمانی، روش هایی طرح کرده اند که در رسانه نیز قابل مطالعه هستند.

ضمناً روش شناسی سیستم های نرم و ضرورت داشتن دیدگاه انسان محور در مدیریت (به عنوان زیربنایی برای «تفکر سیستمی») در ایران زیاد شناخته شده نیست و نیز روش های سیستمی و مدیریتی معمولاً در کثرت استفاده اعتبار بیشتری پیدا می کنند و معمولاً یکی از دلایل قابل استفاده بودن یک روش، استفاده زیاد از آن در سازمان ها و کشورهای مختلف است. بنابراین در پیشینه به طور خلاصه به مواردی از استفاده از SSM در دنیا و نتایج آن اشاره می کنم. استفاده زیاد و متنوع از این روش نشان می دهد که این روش حداقل ارزش این را دارد که در مورد جدیدی مثل رسانه نیز مورد مطالعه قرار گیرد و قابلیت های خود را نشان دهد.

۲-۱-۱- انواع تحقیقات با استفاده از روش شناسی سیستمهای نرم

از زمان چاپ پژوهش چکلند «تفکر سیستمی، رویه سیستمی»، SSM به طور وسیع به عنوان یک روش شناسی برای تحقیقات دانشگاهی و کاربردی به کار گرفته شده است. انتشاراتی که از تحقیقات SSM نتیجه شده است شامل رساله های دکترا، رساله های اساتید، پژوهش های موردی، گزارشهای مشاوران و مقالات مجلات بوده است.

تحقیقات و رساله های فارغ التحصیلی که SSM را به کار گرفته یا شرح داده اند شامل دو دسته می شوند: