ارزشیابی برنامه‌ها در حین تولید

معصومه عصارم‌پژوهشگر مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای

اسراره

ارزشیابی مرحله‌ای یا ارزشیابی اصلاحی به عنوان یکی از روش‌های معمول نظارت و ارزیابی به ویژه در تولید برنامه‌های رادیو تلویزیونی کارآپی بسیار دارد. این شیوه ارزشیابی با هدف اصلاح دائم رویه‌ها و روش‌های تولید یک برنامه دنباله‌دار همچون مجموعه‌های نمایشی مورد استفاده قرار می‌گیرد. نگارندگی در این مقاله ضمن ارائه تعریف عملیاتی از این شیوه ارزشیابی، مراحل گوناگون، موضوعات، ساختار مورد نیاز و روش‌های مورد استفاده در ارزشیابی مرحله‌ای از جمله مشاهده، آزمون تنشتاری، استفاده از پرسشنامه، مصاحبه و روش S.B. را به بحث می‌گذرد و شرایط لازم جهت انجام موفق آن را بررسی می‌شمرد.

ارزشیابی (Evaluation) به عبارت ساده، مجموعه فعالیت‌های نظامی‌متندی است که به منظور جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات، بی‌پایان کردن ارزش چیزی و یا فهمیدن آنکه آیا مسئله‌ای خاص مورد ارزشیابی، به هدف‌های مورد نظر خود رسیده است یا نه، از جمله می‌شود. از همین رو می‌توان دریافت که ارزشیابی بر حسب مورد یا موارد و یا موارد آن‌ها بسیار و سعی‌و‌سیال را در زمینه‌های گوناگون شامل شود.
ارزش‌پذیری در طول تاریخ نیز به نوعی عمومیت داشته است و انسان‌ها همواره به اشکال گوناگون، حتی در رفتار و کردار و اعمال روزمره خود به اعتباری به ارزش‌پذیری دست زده‌اند. گزارش مکتب زولیوس سزار در مورد جنگ‌های گالیک و 99 رسالة لوترو از ارزش‌پذیری‌ها مهم و عمومی زمان خود به شمار می‌رود.

در دوران معاصر، دولت‌ها ارزش‌پذیری را به ویژه برای بهبود و پیشرفت برنامه‌هایی نظیر مبارزه با باسوادی، کنترل بیماری‌ها، تنظیم خانواده و تجهیز کاری دانشگاه‌های بیلی‌گیاتی در جنگ و غیره مورد استفاده قرار داده‌اند.

کاربرد ارزش‌پذیری و نتایج مثبت آن، به تدریج مورد توجه شناخته‌های مختلف جهان‌های اجتماعی قرار گرفت و با توسعه علوم، فعالیت‌ها و پژوهش‌های ارزش‌پذیری که از دهه 1950 رایج شده بود خود به یک شاخه علمی با روش‌های ویژه تبدیل شد. حتی اصلاحات پژوهش ارزش‌پذیری اصلاحی نسبتاً چیتا که تا پیش از آن، بمناسبت افتتاحیه بیشتر با عنوان "پژوهش اجتماعی کاربردی" یاد می‌شود. انتشار مجله ارزش‌پذیری در سال 1972 در آمریکا، انتشار فصلنامه ارزش‌پذیری در سال 1977 و تأسیس جامعه پژوهش ارزش‌پذیری در سال 1971، نشانه توجه به این رشته بود که پس از آن خود به شاخه‌های مانند ارزش‌پذیری مرحله‌ای و اصلاحی، ارزش‌پذیری نهایی تحلیل کارآیی هزینه، سنگین نیازها و تقسیم‌بندی به تدریج پژوهش‌های ارزش‌پذیری علاوه بر برنامه‌های دولتی، در زمینه‌های آموزشی به خصوص ارزیابی کلاسها و روش‌های آموزشی و نظارت آن آزمایش به کار گرفته شدند و رفتار خود را به سوى تلویزیون آموزشی و پس از آن تلویزیون با محاط علوم بزرگ‌ترین پژوهش‌بال و بوگاتز (1971-1970) که درباره برنامه معروف «خیابان سه سامی» در آمریکا صورت پذیرفت و همچنین ارزش‌پذیری جرور گانسون از مجموعه تلویزیونی «سبک آزاد»، از طرح‌های مسند ارزش‌پذیری برنامه‌های تلویزیونی به شمار می‌رود.

با وجود آنکه سابقه جدی ارزش‌پذیری برنامه‌های رادیو تلویزیون، تنها به دو سده دیگر بازمی‌گردد، دقیقاً می‌توان گفت که این امر امروزه در تمام دنیا مورد توجه قرار گرفته است و ارزش‌پذیری در تاریخ‌ها و اجتماع‌های مختلف به یکی از عوامل مهم در امر ارزش‌پذیری و ارزش‌پذیری در منطقه خود به‌طور خاص در منطقه خود به‌طور مداوم به‌طور درمان‌دهی امر است.
کارگزاران و دست‌اندرکاران این دو رسانه ارتباط جمعی، همواره به شیوه‌های گوناگون و با
به‌هم‌گری از فنون و روش‌های مختلف در پن آن بوده‌اند که بدانند:
- چگونه می‌توان برنامه‌ها را بهتر کرد؟
- این‌ها در برنامه‌ها بر مخاطبان چیست؟
- چه مواردی موجب موثری با شکست برنامه‌ها می‌شود؟
- آیا برنامه‌ها تولید شده مورد نیاز جامعه مستندند?
- آیا برنامه‌های تهیه شده سودده شده‌اند؟ و نظایر آن.

با توجه به این موارد و با توجه به سؤال‌های که برای برنامه‌ریزی مطرح است، مشاکته می‌شود
که دامنه و حیطه ارزیابی در رادیو تلویزیون دانمانی بسیار گسترده و عمیق است که می‌تواند کلیه
موارد قبل از تولید، هنگام تولید، پس از تولید (قبل از پخش) و پس از پخش برنامه‌ها را در بر بگیرد و
از یک کلیه، کرای خیاط صادق تا پیچیده‌ترین موارد مربوط به تولید را شامل شود.

حتی در سال‌های اخیر، سازمان‌های رادیو تلویزیون جهان قدم را از حیطه رسمی ارزیابی
برنامه‌ها فراتر گذاشته‌اند و به جستجوی تدوین معیارهای برای استاندارد کیفیت برنامه‌ها و عادت
داین مخاطبان به این و شنیدن برنامه‌ها بهتر پرداخته‌اند.

اما آنچه در این مقاله مذکر است به ویژه نظارت و ارزیابی در حال ساخت برنامه‌ها است که از
آن به نام ارزیابی مرحله‌ای (Formative Evaluation) و گاه ارزیابی اصلاحی نیز یاد شده است.
در این نوع از ارزیابی که هدف آن کمک به ادامه بهتر و کارایی تغییراتی را تولیدی در حین ساخت
برنامه‌های در جه وقیEEEت می‌باشد، چگونگی پیش‌رفت برنامه و فاصله برنامه با
اهداف تعیین شده.

در همین جا یک گفتگو که ارزیابی روش‌های جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات آن، چیزی جدا از
روش‌ها و ابزار مورد استفاده در تحقیق (Research) نیست چگونه در تحقیق، هدف تعیین نتایج یا
اثبات و رد فرضیات و گسترش نظریه مورد نظر است و در مورد موضوع و پیدایش قضاوتی نمی‌شود
ولی در ارزیابی، اظهار نظر و داوری لزوماً با تکه به واقعیت‌های به دست آمده و به‌همگیری از
نظر مخاطبان و در صورت نیاز، اختیار متخصصان و کارشناسان انجام می‌گیرد.

در اهمیت ارزیابی همیشه به‌که این روند به‌در چرا روش‌نترشده‌های یک برنامه و
صرفه‌جویی در وقت و هزینه کمک می‌کند و به این ترتیب هم می‌تواند به منزول حمایت مالی به شمار
آید و هم می‌تواند کمک مؤثری برای نظارت بر برنامه‌ها و انتخاب بهترین تصمیم‌ها باشد.
در ارزش‌پذیری مرحله‌ای و یا اصلاحی برنامه‌ها، نظر، عقاید و سیلیقه مخاطبان بسیار مهم است و از همین رو طراحی روش‌ها و ابزار جمعی آوری اطلاعات به ویژه برای ارزش‌پذیری این موارد به کار می‌روند. ارزش‌پذیری مرحله‌ای می‌تواند از همان اوان برنامه‌ریزی، طراحی اولیه و مرحله‌بندی هدفی عملیات آغاز شود ولی نقطه نقل فاصله‌ای آن در هنگام تولید برنامه و یا به نهایی یک قسمت از برنامه‌های مجموعه‌ای است. از آنجایی که ارزش‌پذیری مرحله‌ای در گل علاقه‌مندی، سیلیقه‌ها، انتظارها و ادراک‌های مخاطب، از موضوع تهیه شده را در بر می‌گیرد، بیشتر در پی پاسخ به چنین سوال‌هایی است: نحوه استفاده مخاطب از برنامه چیست؟ مخاطبان چگونه رفتار می‌کنند؟ به چه قسمت و چه مطلبی از برنامه علما بشرتی نشان می‌دهند؟ میزان بازکردن آنها چقدر است و چه مزایایی از مشاهده برنامه به دست می‌آید؟ برنامه در مجموع چگونه پیش رفته است؟ تا چه حد منطبق با اهداف پیشنهای شده بوده است و چه روش‌ها چگونه برای پیشرفت به‌هموپ، در اصلاح کار باید ببدأ کرد؟ این روش‌ها وارد انتقای اساسی بر اساس نتایج اطلاعات به دست آمده انداخته می‌شود. با درک گرایش‌های عقاید مخاطبان و بافت نقب ضعف برنامه، اصلاحاتی به وجود می‌آید که مخاطبان را نسبت به برنامه را غیب می‌کند و امکان انتقاد بی‌شتری به آنها می‌دهد. با تکیه بر همین اطلاعات ساخت که می‌توان در رابطه با اهداف تعیین شده چقدر است. (1)

نکته مهم در ارزش‌پذیری آن است که سوال‌های این پیامز داری، اساسی و متمرکز طراحی شوند، متضمن اند ارزش‌گذار، هدف‌ها باشند و جنبه‌ی کاربردی داشته باشند.

روش‌ها جمعی آوری اطلاعات و سرعت ارائه داده‌ها و گزارش کار نیز باید به نحوی باشد که در روند تهیه برنامه و زمان تولید آن اشکال اساسی ایجاد نکند. از همین رو، گروه‌ای اعضای گروه ارزش‌پذیری مرحله‌ای برخلاف گروه ارزش‌پذیری نهایی (که با تهیه اطلاعات مربوط به اثرات پیشبرد مخاطبان، دبیری برنامه‌های فضاوت می‌کنند) جزء گروه تولید به شماری می‌آید تا در هر لحظه قادیر باشند کمک‌هایی لازم را برای پیشرفت برنامه ارائه کنند. به همین دلیل، برنامه‌های خود ارزش‌پذیری نیز قبل از طراحی کار توجه به این مسائل بسیار مهم است: عوامل تولید در گزارش داده‌ها و نتایج آنها به چه حد به سرعت تجارب دارند؟ مخاطبان چه کسانی هستند، خانواده‌ها، کودکان، بزرگسالان (عمر یا خاص)؟ چه روش‌هایی برای گروه‌های اطلاعات معمول است و بر حسب مخاطبی بیشتر جواب می‌دهد؟

تاریخ آغاز و پایان ارزش‌پذیری و میزان وقت لازم برای جمع‌آوری اطلاعات چقدر است؟ انداده‌های نموده‌
چقدر بايد باشد؟ در كجا و در چه مکانی باید این اطلاعات را جمع آوری کرد؟ (استاتیو، فضای
گردآوری اطلاعات و ملزمات دیگری از قبیل میز، صندلی، پذیرایی و
چگونه بايد فراهم شود)\(^{(2)}\) شایان ذکر است که به لحاظ روشهای خاصی که در ارزشیابی مرحله‌ای به کار می‌روند
ارزشیابی ضرورتاً باید در ساختن تولید و یا استودیویی با تجهیزات لازم صورت گیرد.

در ارزشیابی مرحله‌ای تمام عنصر اصلی یک برنامه، بسته به انواع مختلف آن (اعم از نمایشی,
مستند، برنامه‌های مخصوص کودکان و ...) مورد توجه قرار می‌گیرد. به عنوان مثال، برای
قسمت‌های یک فیلم و یا یک قسمت از مجموعه در دست تولید، دریافت اطلاعات از مخاطبان در موارد
پیش ضروری است:

فیلم‌نامه و داستان، بازیگری، فیلم‌برداری، حرکات دوربین، کادرنده‌ها، صحن‌آرایی، دکور،
لباس، نورپردازی، تناسب رنگ‌ها، گریم، جلوه‌های ویژه، تدوین، تیتراژ و کادرنده آغاز و پایان،
صدایبدراری، ریتم برنامه و مناسب بودن طول سکانس و نظیر آن.

با این توجه داشته که اطلاعات مربوط به علاقه، جذابیت و نحوه ادراک را بیشتر باید از ناحیه
مخاطبان فراهم کرد و اطلاعات کیفی و تخصصی این موارد را در صورت لزوم از خبرگان آن فن به
دست آورد.

مراحل انجام فعالیت‌های ارزشیابی مرحله‌ای:

1- گروه ارزشیابی مرحله‌ای برای انجام کاری که سفارش ارزشیابی آن را دریافت کرده‌اند، با
تهیه کننده و کارگردان برنامه به گفتگو می‌شیند تا از هدف‌های تولید برنامه مطلع شوند و
از نکته‌های مورد توجهی که از نظر ارزشیابی برنامه مهم است، آگاهی یابند.

2- گروه ارزشیابی پس از این مذاکرات به طراحی ارزشیابی مرحله‌ای می‌پردازد. در این مرحله
نکته‌های مورد توجهی عبارتند از:

- اطلاعات از چه کسانی باید جمع‌آوری شود و این جمع‌آوری چگونه و با چه روش‌هایی باید
صورت گیرد؟ بعضی از این اطلاعات را همانطور که گفته شد بسته به مورد آن می‌توان از
کارشناسان مربوط به تهیه کرد و با توجه به قضاوت در مورد میزان ارزشیابی که برای کیفیت برنامه‌ها در
نظر گرفته می‌شود، در انتخاب تهیه‌کننده قرار داده تا در جهت ارتقای سطح سلیقه و رضایت مخاطبان
به کار رود و لی اطلاعات دیگر مربوط به علیق، سلیقه‌ها و نگرش‌ها را به ویژه باید از مخاطبان (عام
و خاص) برنامه کسب کرد.
نکته مهم در این قسمت آن است که چون ارزشیابی مرحله‌ای با بررسی تفریقی صورت گرفت تا گروه تولید از کار خود عقب نماند، معمولاً گروه نمونه را قضاوتی، غیرتصادفی و در حجم کوچکی از ۱۰۰ تا ۵۰ نفر انتخاب می‌کنند اما به هر حال ارزشیابی با باید تضامن نلمش خود را به کار بردند تا انتخاب این افراد، با دقت لازم صورت گیرد. در کسب اطلاعات از نمونه‌های قضاوتی، این سوال‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند:

- میزان علایق متدی مخاطبان برنامه، به قسمت‌های تهیه شده، تا چه حد است؟
- عقیده آن‌ها در مورد بایگانی و شخصیت‌های مطرح در برنامه چیست؟
- علاقه آن‌ها نسبت به پیگیری خط داستان برنامه و یا ادامه آن که حداکثر چه حد است؟
- برنامه از لحاظ رساندن پیام‌های خود در چه سطحی از سادگی یا مشکل بودن قریب دارد؟
- پچیدگی پیام‌ها در کیاست؟
- مخاطبان نسبت به قسمت‌های مختلف برنامه چه عکس عملی نشان می‌دهند؟
- ریتم برنامه و کند و یا تند بودن سکانس‌ها و تأثیر آن بر مخاطبان چگونه است؟
- موسیقی برنامه چه واقعیتی در آن‌ها ایجاد کرده است؟
- واکنش مخاطبان در برابر ایده‌های تازه طرح شده در برنامه چیست؟
- از نظر مخاطبان شکل‌گیری و ادامه داستان به چه صورت بهتر است؟
- و یا سوالات دیگری از این قبیل.

در همین قسمت نیز ارزشیابی در صورت لزوم می‌تواند به طراحی روش‌هایی برای کسب اطلاعاتی که نشان می‌دهد آیا آن‌ها تهیه شده است با تصویر نامه و متن یا هدف‌های برنامه، تطابق لازم را دارد یا خیر دست بزند. (n)

****

به منظور جمع‌آوری این اطلاعات و موارد دیگری که از اهداف تهیه برنامه به شمار می‌روند، ارزشیابی مرحله‌ای همانطور که پیش از این گفته شد، به اجبار از نمونه‌های غیرتصادفی تا حد ممکن استفاده می‌کنند. در دقت و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات نیمه آزمایشگاهی با Semi Experimental دقیق و نیز روش‌های مشابه تحقیقات N

این قسمت به موارد عملکرد از روش‌هایی به کار رفته در ارزشیابی مرحله‌ای اشاره می‌شود:
روش‌های مورد استفاده در ارزیابی مرحله‌ای

1- انواع آزمون‌ها در استودیو:

1-1- مشاهده:

در این روش، قسمتی از برنامه را برای مخاطبانی که در استودیو گرد آمدهاند، پخش می‌کنند و به‌منظور اطمینان اطلاعات لازم را از آنان دریافت می‌کنند.

اگر استودیو به‌طور کامل بر اساس این روش باشد، از ورای آن آرامش‌آمیزی، تهیه کننده و کارگردان برنامه قادر خواهد بود آنچه را در استودیو و بر مخاطبان می‌گذارد، بی‌پیش‌بینی و آگاهی به طور مستقیم به مشاهده و ارزیابی آنچه همانند تماشا، در وضعیت ظاهری مخاطبان پیدا می‌آید، بپردازند و واکنش‌های آنان را ملاحظه کنند.

در مواردی که اجرای هر دو یا هر سه این روش در دست نیست، می‌توان به ضبط ویدئویی تصویر مخاطبان پرداخت و از روی نوار تهیه شده در مورد واکنش‌های آنان قضاوت کردن اما اگر باز هم چنین امکانی در دسترس نباشد، ارزیابی‌ها به‌طور مشاهده بی‌پیش‌بینی می‌پردازند. به این معنی که حرکات و عکس العمل‌ها را به دو دسته متفاوت و مشابه تقسیم می‌کنند (واکنش‌های منفی: نگاه نکردن، اظهار خشن‌گر یا کردن، خمیزه کردن، نگاه آن و حرکات مثبت مانند لبخند زدن، خندیدن، دقت فرآوران و نظارت ان) و با تطبیق این واکنش‌ها با اجزای برنامه یا قبیل دیققه و یا سکانس‌های مرتبه‌ی در مورد جذابیت برنامه به قضاوت پردازند.

برای اطلاع از میزان علایق مخاطبان سهین نالای، نسبت به اجزا و یا کل برنامه می‌توان از مصاحبه

و یا پرسشنامه نیز استفاده کرد.

2-1- آزمون‌ها نیز تنها روش

از این روش، در ارزیابی مرحله‌ای به این صورت استفاده می‌شود که افراد گروه‌های نمونه را در یک فضای م홧 به‌صورت مستند ایجاد کنند و برنامه می‌کنند و برنامه‌برداری نظر را برای دسته‌ای از آنها به‌صورت مقایسه‌ای، مشابه گروه کنترل (گروه) و گروه آزمایش پخش می‌کنند. به این‌صورت که ابتدا یکی از دو گروه، برنامه پخش می‌شود و سپس نظر مخاطبان هر دو گروه در مورد بعضی مطالب طرح شده در برنامه از طریق پرسشنامه پرسیده می‌شود و از اختلاف نظر احتمالی حاصل از بین گروه‌هی که برنامه را دیده‌اند و گروهی که ندیده‌اند، تا انتخاب صدا اثر آن فیلم یا برنامه پی‌برده می‌شود.
در بعضی مواقع ارزشیابی‌ها، این کار را فقط بر روی یک گروه نمونه انجام می‌دهند. یعنی قبل از دیدن برنامه از طریق پرسشنامه‌هایی از مخاطبان پرسیده می‌شود که تا اندازه‌ای نظر و علایق کلی آنها را می‌سنجند و پس از مشاهده فیلم یا برنامه نیز پرسشنامه‌ای دیگر بین آنها توزیع می‌شود که برخی سوال‌هایی از پرسشنامه اول، که قبلاً در تماشای فیلم در بین مخاطبان (افراد نمونه) توزیع شده بود، پیکسان است، آن گاه با توجه به نتایج حاصل از تفاوت پاسخ‌های پیش از مشاهده و پس از مشاهده فیلم اثر آن سنجیده می‌شود. در صورت استفاده از این روش بر روی یک گروه نمونه و با سوال‌هایی پیکسان در بیش از آزمون و پس آزمون بزرگی مثبت نمازدار بودن آماری آن باید از آزمون‌های همبستگی دار استفاده کرد و همواره توجه داشت که چون در ارزشیابی مرحله‌ای بسیاری از عوامل و شرایط لازم برای کنترل این آزمون‌ها ضروری نیست، نظر ارزشیابی پایدار با اختیار کامل و با در نظر گرفتن سایر اطلاعات و شواهد به دست آمده از آن است.\(^{\text{2}}\)

۲- استفاده از پرسشنامه‌های مشاهده برنامه به منظور جمع‌آوری اطلاعات کلی و آکامی‌های پافتن از دید مخاطبان نسبت به برنامه، می‌توان پس از مشاهده برنامه (تلویزیونی) و یا گروهی دادن به برنامه (رادیویی)، از پرسشنامه‌ها مخصوص استفاده کرد و نظر و علایق گروه نمونه را نسبت به برنامه سنجید. این پرسشنامه نیز تواند به شکل‌های مختلف تهیه شود. در یکی از انواع آن سوال‌هایی که "علاقه مندی" فرد را نشان می‌دهد از قبیل:

- از این برنامه را دوست نمی‌نامند
- موسیقی برنامه خوب بود
- تیتراژ برنامه بود
- یک قسمت (...) خیلی لذت برد و تماشای آن مطرح می‌شود که روبرو هر یک،
- گزینه‌هایی از قبیل مختلف، خیلی مختلف، موافق و قبیل موافق در جهت این است. نتیجه این قسمت می‌تواند به صورت گراف یا نمودار، تا حدی نشان دهنده میزان علاقه مندی گروه نمونه نسبت به کل برنامه، یا هر که از عناصر آن باشد. همچنین می‌توان از آزمون درجه‌بندی استفاده کرد به این ترتیب که در یک طرف پرسشنامه سوالات و در طرف دیگر آن درجه‌بندی صفر تا ۱۰ اورده مثلاً:

SER و صداي برنامه زیدان بود

۱۲۳۴۵۶۷
موسيقی برنامه خوب بود
حرکت بارزی‌گران اصلی را دوست داشتم
از قسمت … برنامه بدم آمد.

نتایج این آزمون نیز به صورت درصد یا کراف ارائه می‌شود.
گاه نیز می‌توان از گروه نمونه خواسته که اظهارنظر خود را نسبت به برنامه به صورت آزاد
بنویسند و یا پس از مشاهده برنامه در مورد قسمت‌هایی از آن نظر بدهند.

۳- مصاحبه
در ارزش‌گذاری مرحله‌ای، گاه ارزش‌گذار ترجیح می‌دهد که یا به جای استفاده از مشاهده و
پرسشنامه و یا به همراه آن، از مصاحبه و گفتگو استفاده کند. در این صورت ارزش‌گذاری به دو
شیوه می‌تواند عمل کند:

۱- مصاحبه کننده: به این صورت توقف در فیلم: می‌توان به جای ایده‌های فیلم را یکباره برای گروه نمونه بخش کند.
آن را تکه که نمایش دهند. این روش بی‌شیوه به منظور پی بردن به میزان درک مخاطب از فیلم و
تبعین میزان علاقه مندی اور نسبت به اجزای برنامه صورت می‌گیرد. در همین شیوه گاه نیز بعد از
توقف فیلم، به جای مصاحبه ورودی را به نمونه‌های قضایتی می‌دهند تا نظر موافق یا مخالف خود
را بگویند.

۲- مصاحبه گروهی: بعد از اتمام نمایش فیلم یا قسمت‌هایی از آن برای گروه نمونه، میزان
درک پیام‌های فیلم و میزان علاقه یا عدم علاقه به آن، مورد بحث گروهی قرار می‌گیرد. مصاحبه با الهام
با دقت زبان طراحی شده و تمام مطالب مورد نظر در ارزش‌گذاری را در بر گیرد و اطلاعات مورد نیاز
آن از کلیه افراد نمونه جمع‌آوری شود. پس از یک مهل مصاحبه و انتخاب مصاحبه‌گر خبره و آزموده
نیز بسیار مهم است.

۴- روش S.B و جمع‌آوری اطلاعات قبل از تولید
با وجود آنکه ارزش‌گذاری مرحله‌ای در هنگام تهیه و تولید برنامه به کار می‌رود و هدف آن به
ویژه بهتر کردن قسمت‌ها و اقلیت‌هایی از برنامه‌ها است که در جریان تولید قرار دارد، گاه تهیه‌کننده
برنامه می‌خواهد باندی که حتی قبل از اقدام به کلید زدن، بهتر است برنامه را چگونه آغاز کند؟ و چه
تیپ‌ها و چه‌عیار برای شخصیت‌هایی که در نظر گرفته می‌شود در این صورت می‌توان از شروع به تهیه
برنامه، تصاویر مورد نظر را نقاشی و طراحی کرد، منظر از طراحی چهره‌ها را بیان کرد و نظر یا
سپیقه گروه نمونه را در مورد آنها پرسبید. همچنین می‌توان صحت‌هایی از داستان‌یا فیلم و یا حتی دکور و لباس را طراحی کرد و نظر آن‌ها را جواب‌ی شد.

گاهی اوقات برای تهیه یک برنامه در سطح‌ی بسیار بالاتر عمل می‌کنند. یعنی از میان چند اصل
گروه‌گاه ارائه برنامه درباره موضوعی واحده، ارزیابی مرحله‌ی اول روی گروه نمونه صورت
می‌گیرد به این معنا که قسمتی از برنامه در چند قابل توجه می‌شود و آن گاه قابلی که از همه به نظر
بهرتر می‌آید و می‌تواند ضمن جذاب بودن، پیام اصلی را روشن‌تر برساند، تهیه می‌شود.

چند نکته مهم از در مورد ارزیابی مرحله‌ای نیز برای فرمولش کرد:

۱) افراد گروه بايد تخصص و آگاهی کاملی از روش‌های تحقق و نحوه جمع‌آوری اطلاعات داشته
باشند و خود از اعضای گروه تولید به شمار آید. انتخاب کارشناسان فنی، اجتماعی و روانشناس
برنامه بايد با دقت و به طور صحیح انجام گیرد. برای جمع‌آوری اطلاعات بايد استودیوی مجهز
آماده شود. بودجه و زمان لازم برای ارزیابی مرحله‌ای در چرخه تولید بايد در نظر گرفته شود.

۲) ارزیابی مرحله‌ای بايد سریع و به موقع صورت یابد تا در امر تولید وقتی قصد نشود و
گزارش ارزیابی مرحله‌ای بايد بسیار مثبت و مختصر تهیه شود و حتی در مواقعی بسیار ضروری
قابل ارائه کنی، به صورت شفافی نیز ارائه شود. مهم‌ترین اطلاعات نیز بايد در ابتدا گزارش

۳) آورده شود.

با وجود آنکه ارزیابی مرحله‌ای عملاً هزینه‌بر است که در چرخه تولید نیز کننده ایجاد می‌کند،
با یکی به یکی از بروز اشتباهات در تولید برنامه و به عبارت دیگر با نظارت و کنترل حین تولید برنامه
(که آن طرح عمل می‌کند یا به یکی) موجب کاهش هزینه‌ها ی یکبه‌یکی می‌شود و با پاسخگویی به
کیفیت فنی و هنری برنامه‌ها در دست تهیه و تعیین میزان علاقمندی مخاطبان نسبت به برنامه و
جذابیت‌های آن، مشخص می‌کند که می‌تواند تا چه حدی در جهت هدف‌های تهیه و جذب مخاطب
حرکت کردی است. اشکال ان در کجاست و چگونه بايد حرکت کنی و تصمیم‌گیری‌ها ی بعیدی برای
این‌ها تولید را در چه سمت و سویی انجام دهد. ارزیابی مرحله‌ای اگر به شیوه‌ای علمی در چرخه
تولید وارد شود می‌تواند برای اگر بالاتر قابلیت‌های برنامه‌سازی سورد استفاده قرار گیرد. در تولیدات
تحرکی و تخصصی تلویزیونی‌های جدی، برای فیلم‌ها یا اعدادی از مجموعه‌های تلویزیونی و برنامه‌هایی که از
نظر و اکتش مخاطب مهم هستند و یا جنبه آن‌ها می‌توانند ارزیابی مرحله‌ای جایگاه ویژه‌ای دارد.
پی نوشته‌ها

1. ازکم، روانشناسی اجتماعی کاربردی، مترجم فرهاد ماهر، تهران: معاونت فرهنگی آستان قدس، ۱۳۷۹.
2. جانسن، جروم، انتها، پیام، تصویری مثبت از تلویزیون (ارزش‌پذیری نهایی)، برگردان و تلخیش: معصومه عصام، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۲.
3. جزوه‌های درسی دانشگاه سیراکیوز.
4. بلاک، مارتین و دیگران، ارزش‌پذیری برنامه رادیو و تلویزیون، مترجم علی رستمی، تهران: مرکز تحقیقات اجتماعی و ارزش‌پذیری برنامه، صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۸.
6. عصام، معصومه، ارزش‌پذیری برنامه‌ها و شیوه‌های اجرای آنها (تکنیک‌ها و روشهای)، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۴.
7. جزوه‌های درسی دانشگاه سیراکیوز.
8. بلاک، مارتین و دیگران، همان.
9. عصام، معصومه، ارزش‌پذیری برنامه‌ها و شیوه‌های اجرای آنها (تکنیک‌ها و روشهای)، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۴.
10. همان.
11. همان.
رسانه‌های جمعی، ارزشیابی و کنترل، تغییرات سازمانی

تأیید و ترجمه: محمود حقیقت‌کاشانی
پژوهشگر ارشد سازمان صدا و سیما

اشاره

جیران سریع اطلاعات و ظهور پیدایه جهانی سازی کلیه نهادهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را در عصر حاضر با مسائل عدیده‌ای روبه‌رو ساخته است. محیط پیرامون این نهادها به معنی عام آن در حال تغییرات مداوم و یپ در یپ است. این تغییرات برخلاف موارد مشابه گذشته صرف ایجاد جنبه‌های کنی و محدود نیستند بلکه از نظر کیفی نیز سازمان‌های مختلف را با الزام‌های تازه‌ای مواجه می‌ساخته‌اند.

ارزشیابی و کنترل و تغییراتی که به تبع آن در ساختارهای سازمانی ضروری می‌شوند، ریشه‌هایی قدیمی و بی‌میانی گفتگو که گزارنده اصلی سیستم‌های جامعه و نهادهای آن در عصر معاصر و همان‌گونه که اشاره شد سرعت گذار مطالعه جیران اطلاعات از سوی دیگر، ماهیت نظرات و ارزشیابی را به کلی تغییر داده است و وقتی را که عمدتاً در قبال تصمیم‌گیری‌های مقاطعی به جزء کوچکی از سلسله مراتب سنتی اداری محدود می‌شود، به زیبر سیستمی حیاتی در کل سیستم سازمانی تبدیل کرده است. مقاله حاضر بوده بدون طرح هیچ ادعای خاصی در این زمینه، مداخله است برای ورود به مبحث سیستم‌های ارزشیابی و کنترل عملکرد (PECS) همراه با نگاهی ویژه به
رسانه‌های جوامع. این نگاه ویژه از آن جهت حائز اهمیت است که رسانه‌های جمعی خود از عوامل اصلی جریان سریع اطلاعات و جهان‌سازی و در طی آن از موجبات اصلی تغییرات فرازیده می‌باشد. این نظریه‌گری که از ابتدای ارزشی و سیاسی برخوددار است، رسانه‌های جمعی را با چالش‌هایی دو گانه رو در رو می‌ساند: نظارت بر تولید اطلاعات و ارزش‌یابی و کنترل عملکرد رسانه‌ها به‌عنوان سیستمی است که به‌فعالیت در بررسی پرسار و پرتاب‌برای تولید اطلاعات و تغییرات ناشی از آن آماده تغییرات سیستمی در درون ساختارهای سیاسی خود باشد. امید است مقاله حاضر به متابعه طرح مبنی در آن عرضه شود مهم و حیاتی مفید افتد.

شاید بتوان چالش‌هایی را که پیدا کرده‌ایم، چون رسانه‌های جمعی با آن روبرو و می‌شوید، نتیجه مستقیم جهت حل آن دانست. آنچه امروزه اتاق‌های اجتماعی، انفجار اطلاعات نمادی بیان‌گر و جهان‌سازی که اکثر نگرشنمای، راه‌های جریان سریع اطلاعات است، رابطه‌ای تشویقی با آن دارد، با پیامدهای رسانه‌های جمعی تجلی عینی یافت است.

امروزه همین پیامدها منابع بی‌پدایی خود را با چالش‌ها و مشکلاتی روبه‌رو کرده‌اند که پرداختن به آنها امری اجتناب‌ناپذیر است. رسانه‌های جمعی در روابطی با آن چالش‌ها و تنها تحت نیستند: کلیه نهادهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، چه کلان و چه خرد، خود را در روی آیندی چالش‌ها می‌بیند. اما رسانه‌ها به مکرر، اهداف و حیطه عمل نهادهای مختلف بگیرید در می‌باشیم که در این بین رسانه‌ها، با توجه به گستردگی و سیاست‌ها و تغییرات به اینکه همواره در معرض انحراف عمومی هستند، از موقعیت ویژه برخوددارند. اگر فرض‌های زیر را در مورد رسانه‌های جمعی پذیرم مسئله و اباعد و اهمیت آن روش‌نتیجه می‌شود:

- رسانه‌ها، صنعتی در حال رشد و تغییر، ایجادکننده اشتغال، تولیدکننده کالا و خدمات و تغذیه‌کننده صنایع وابسته و مربوطه هستند؛ در ذات خود یک نهاد را تشکیل می‌دهند و قواعد و هنگام‌های خاص خود را خلق می‌کنند. قواعد و هنگام‌هایی که آنها را به جامعه و سایر نهادهای اجتماعی پیوند می‌دهد. نهاد رسانه‌ها، به نوبه خود، تابع مقررات وضع شده از سوی جامعه است.

- رسانه‌های جمعی یک منبع قدرت به شمار می‌روند: ولی ظاهر بار اعمال نیروی قهریه، با سایر منابع باشد.

آن‌ها صحت تجلی فرازیده مسائل زندگی عمومی، در سطوح ملی و بین المللی مستند.
آنها صحت تحرکات فرهنگی هستند: هم به لاحظ صورت نمادی و هم از نظر رفتارهای اجتماعی، شیوه‌ها، صورت‌ها و هنری‌های زنگی.
- رسانه‌های جمعی برای آحاد افراد و برای گروه‌هایی که جوامع به منبع اصلی تعاریف و تصوراتی است. واقعیت اجتماعی تبدیل شده‌اند. آنها به بیانگر ارزش‌ها و فضاهای هنری‌های هستند که به طور تفکیک‌ناپذیری با احترام و تقویت در هم آمیخته است.

- ساختار جوامع بر اساس تفاوت‌های موجود، به لاحظ میزان قدرت، بین و در درون بحث اجتماعی-اقتصادی شکلگیری است و مشخصه آن برخورداری و تناری‌های است که افر هم فعال و بارز نباشد، حالتی نشته دارد. این برخورداری در سیاست‌های ریشه‌ای نقش نمودن پیدا می‌کند. در این بین رسانه‌ها اگر مسئاً سیاست‌های مزبور براشند، عملیاً در رواج و حفظ آنها به فاصله فعال و مؤثری‌ند.

نیروهایی که از نظر تاریخی در جوامع فعل و مؤثرند، قدرت‌تنبیه از رسانه‌ها یا اثاث آنها هستند. اساساً رسانه‌ها بر اعمال قدرت توسط دیگران تکیه دارند و در پهلوین حالت ابراز اعمال قدرت به شمار می‌روند. آنها همچنین کنار محیط‌های هستند که از طریق آنها به تغییرات اجتماعی، جهت و نیروی محرکه‌دایه می‌شود.

تگاهی به مفروضات فوق در محور رسانه‌های جمعی می‌تواند بالقوه و سپس بالفعل مراکز کنند باشد. این‌چنین که تعريف دقیق رسانه‌ها و به ویژه زمینگری در نظریه‌های مختلف رسانه‌ای ارزش و قدر خود را نشان می‌دهد. بدون این تهیه‌گاهانه می‌توان با هیچ یک از وجوه مختلف با مسائل رسانه‌ای برخورداری تا حد امکان مستقلتی داشت. نگاهی کننده به ابعاد اصلی تعاریف و انگاره‌های رسانه‌ای و روابط رسانه‌ها با جامعه، ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، ویژگی‌های سازمانی و فناورانه، شرایط توزیع، دریافت و استفاده، روابط اجتماعی و فکری و دریافت‌کننده روش‌گر این امر خطر است.

در بین همه نکات مأخوذ از آنچه در بالا آمده، دو نکته به نظر نگارنده حائز اهمیت فوق العاده است.
- رسانه‌های جمعی از زمینه‌های نهادهای هستند و یا شاید بتوان گفت تنا نهادهای هستند که در عصر انقلابات اساسی و تکاملی تحت تأثیر فعالی‌های خود دست‌خوش تغییرات مختلف و در سیاستی موارد تحولات ریشه‌ای می‌شوند. ضمن آنکه این تغییرات و تحولات موارد آنها از بار ارزشی و هنری‌های هستند. هر دو نکته به وضوح، فلسفه و ساختن فرآیند ارزش‌شناسی و گسترش آن از دیده‌بان‌دار می‌سازند. اگر به‌پایین شکی تغییرات پی در پی و سریع در پازی در بیش از همه بر این شکل دوین‌سال‌هایی
سازمان‌ها که غالباً با بالا به پایین است، تأثیر گذاشته و انسجام چنین شکلی از دیوانسالاری را زیر سوال می‌برد. با این بگونه که این امر در مورد خود رسانه‌های جمعی به هر جایی چیزی مصادف دارد. تغییرات سریع بزار به مولود تحولات آغازین جهانی سازی است. اکثر سازمان‌ها را واداشته است. تا با تغییرات مقابلی در سیاست‌های سازمانی خود دست برند و در این بین رسانه‌های جمعی که خود موجب تغییر در بزار فرهنگی می‌شوند ناچارند بلعاقل‌شان با تغییرات مختلف جهانی تداوم ثبات و پیوست را از سازمان‌ها و مدیران آن‌ها سلب کرده است. آنها ناجارند با سیال بودن این بزار منطق شوند و همراه با آن تغییراتی را در سیاست‌هایی خود ایجاد کنند که این امر به نوبه خود روش‌ها و فرایندهای جدید ارزیابی و کنترل را می‌طلبدی. در خصوص رسانه‌های جمعی این امر شدت و حذف بسیار بیشتری دارد. در هم تنیدن بیش از اندازه این رسانه‌ها با مسئولین، انتقال، یکپارچه و نظارت آن‌ها، نفس تغییر در خود سیستم را دچار اشکالات عدیده می‌کند. نفس همین امر در ابتدا محتاج نظرات و کنترل دقیق است و حتی پس از پشت سر گذاشتن این مرحله تجدید نظر در فرایندهای ارزیابی و کنترل و سیاست‌ها ناظر بر آن و علاوه بر آن ارزیابی و کنترل خود این سیستم‌ها چهاره می‌شود و اهمیت خود را اشکال می‌سازند؛ تغییر در سیاست‌های رسانه‌های بقت‌افزاران (audiences) و محیط پیرامون (cliente) در داخل از سوی مدیران (manager) و وظایف و اهداف تبلور می‌یابد؛ آگاهی مقاپسه وضع موجود با وضع مطلوب با عبارت دیگر تعیین و سنجش نیاز‌ها صورت می‌گیرد تا بدين و سطح بتوان وظایف سازمانی را در یک نهاد سازمانی تعیین کردن و یپگرفت. تحقیق اهداف سازمانی سه مرحله درون‌داد، آجرا و برون‌داد را در بر می‌گیرد که هر یک از این مرحله به مراحلی متکن حرکت از ارزیابی و کنترل محتوای این مراحل به ترتیب ارزیابی، کنترل مرحله درون‌داد، ارزیابی و کنترل آجرا و ارزیابی و کنترل برون‌داد و شمار می‌شود. این داد این سه یکند کنترل ارزیابی و جمعیتی نیز ما را بار دیگر به مسئله بار اورده شدن نیازهای می‌گردد و به ما امکان می‌دهد تا مسئله بدانش و با در صورت عدم دستیابی به هدفهای مورد نظر، دست زدن به اقدامات تصمیم‌گیری را یک نظر قرار دهیم.

همانگونه که تلویحاً در بالا اشاره شد و یا بهتر است بگویم می‌توان از آن استباقی کرد، انجام چنین مهمی مسیر نخواهد بود مگر آنکه ابتدا تعریف درستی از سیاست‌رایزنی و مسئله و مشکلات آن داشته باشیم، قدم دوم تعیین نیازهای مخاطبان و شرایط و مسئلهات محیط پیرامون است و قدم سوم برآورده ساخت از دیدگاه‌های داخلی سیستم است. ممکن است بین آنچه به انجام مؤثر وظایف می‌انجامد و آنچه عملی در سیستم بار کارگزاران آن پاش به همراه دارد شکافک وجود...
داشتی باشد که مانع از تحقق اهداف شود. قدم نهایی نیز تحلیل اطلاعات حاصل از سه مرحله فوق و 
اعمال تغییرات لازم است.

به طور خلاصه، برای رسیدن به نتیجه مطلوب، باید یک رفتارهای را که از نظر مراحل و مخاطبان 
داخلی و خارجی مطلوب و واصل به وظیفه رسان‌های است روش‌کردن و در مقابل، رفتارهای مناسب 
از دیدگاه مجازی و وظیفه مختلف رسان‌های را مشخص ساخت تا در مرحله سوم ضمن مقایسه دو 
دیدگاه بالا، فهرست منسجمی از رفتارهای لازم فراهم آید؛ در مرحله چهارم نیز می‌پایاند رفتارهایی 
که سیستم عمل برای پاداش می‌دهد و جویای آن است مشخص شود تا در مرحله پنجم، مقایسه 
رفتارهای لازم و رفتارهای منجر به پاداش و به تغییراتی که باید در مورد آنها تصمیم داده شود. 
پایان نیز تغییراتی که باید در سیستم به عمل آید، رهنموع شود.

شاپ شاهی اولین همه این مطالعه بر روی کاغذ کار ساده‌ای باشند اما انجام آنها در مورد رسان‌های 
بیشتر دشوار است. شما در اینجا برخلاف بی‌گه‌های صنعتی با کالاهای مختلف، تک‌پاس‌های کم و 
بیش روشن و هنگامی و ارزیابی – حداقل تا نهادهای قابل تشخیص روبه‌رو و نسبتی. شما حتی 
در مرحله ترک‌کردن به‌سرائل با ارزیابی موادی هستند یا، دیدگاهی اینکه موضوع بازرگانی، تعیین 
تغییرات نظر، کانترل، ارزیابی و غیره در کنار لفظ‌ها، پیچیدگی‌ها و برآوردهایی از واضح ترین و در 
عين حال غمگینانترین حقایق است و همة اینها نتیجه کاری و تلاش در سیستم‌های است که با تولید 
فرهنگی، ارزیابی و هنگامی و کار دارد. جهان رسان‌ها جهانی است بسیار زیبا، اما آنان که در 
این واقع در تلاشند. اگر به خاطر بودن وظیفه و تلاش‌های خود آگاه باشن، چه بسا بیش از آنکه از 
آن لذت ببرید، دستخوش انتهایی و تلاش‌های شوند که این عرصه و سیاست از آنها آگاهی است. در 
پایان نکته اینکه ضروری است که روشی، رویه‌ها، فراپردازی و الگوهای ارزیابی‌ها و کنترل در 
جهان امرروز همه کدام به تنهایی نمی‌توانند از عده‌های اینچه در بالا به آن اشاره شد براین. سیستم‌های 
رسانه‌های امروزه تلفیقی از رویکردهای مختلف را می‌طلبد. سیستم‌های مدیریت و دیوانسالاری نیز 
به نواحی باید زمینه‌های این تلفیق و کاربرد آن در کلیه سطوح از جمله سطوح اجرایی مد نظر قرار 
دهند. عدم تامین زمینه‌های عملی ارزیابی‌ها در کلیه سطوح که به‌همراه از این نسبت را به حداکثری 
مناظرات اکادمیک و نظری کاهش می‌دهد. به کار مدیران و استادان کارکنان امور رسانه‌ای که وظیفه 
و مسئولیتی بس مهم بر دوش دارند نخواهد آمد.

منبع

ارزیابی کیفیت تلویزیون
بررسی چند روش و نتایج آنها

نویسنده: چ.ام.ویر
ترجمه و تلخیص: محمد رضا حسن زاده
پژوهشگر ارشد اداره کل پژوهش معاونت سیاسی سازمان صدا و سیما

اشراهه

در ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیونی دو روش کاملاً متفاوت مورد استفاده قرار گرفته است. نخست، ارزیابی جزء به جزء که در آن تک تک برنامه‌ها بر اساس کیفیت ادراری شده درجه‌بندی می‌شوند. در بررسی 37 برنامه با این شیوه مشخص شد که مقولة ادراک کیفیت برنامه‌ها با تقدیر (Appreciation) از آن برنامه‌ها تفاوت دارد. اغلب، برنامه‌هایی را که مورد تقدیر قرار می‌گیرند، دارای کیفیت بالا می‌دانند در حالی که ممکن است به لحاظ کیفی در درجه پایینی قرار داشته باشند و به همین ترتیب برنامه‌هایی را که کمتر مورد تقدیر واقع می‌شوند، به لحاظ کیفی ضعیف به شمار می‌آورند. نتایج در سنجش کیفیت نسبت به سنجش تقدیر طبیعی سیاست‌گذاران دارد.

ظاهراً برنامه‌هایی که به نظر می‌رسد از کیفیت پایین تری برخوردارند، در بعضی زمانها یا انواع نسبت به بقیه بیشتر یافته می‌شوند. به‌ینکی، چنین گمان می‌رود که برنامه‌های واقعیت بنیاد (Factual) ارزیابی کیفیت بیشتر و برنامه‌های سرگرم کننده و سریال‌های نمایشی دارای کیفیت کمتری هستند.
ت조یع‌گران نیز الگوهای مختلف تقدیر را نشان می‌دهند. برنامه‌هایی که ت조یع‌گران مسئّل تحسین می‌کنند این جمعیت به عنوان برنا‌همه‌ی با KA گرفته‌اند. تشکیل آنها و تأثیر می‌گذارد و برنا‌همه‌ی که ت조یع‌گران گروه مورد انتقاد قرار می‌دهند بر دادن نمره کیفی ضعیف به برنامه‌ها مؤثر واقع می‌شوند.

مقدمه

رشیه وضع قوانین جدید پخش در پارلمان بریتانیا، در واقع به زمانی باید می‌گردد که مقررات‌زیام از ریویکام یا ارجع قلرو پخش به شمار می‌رسفت. مرحله پخش مستقل (IBA) برای برنامه‌های و شبکه 2 استندارد تبعیضی می‌کند چگونه خود را با کمیسیون تلویزیون مستقل (ITC) (DA) داده است که قرار بود مجوزهای منطقه‌ای ITV را صادر کند و (مانند IBA) نقش نظارت مستمر نداشته باشد.

در 18 زوئیه 1990، مجلس امکان با 91 رأی مؤقت در برابر 64 رأی مخالف اصلاح‌های لابی‌های اخوان تصویب کرد و بسیاری از آستانه کشفیه برنامه‌ها را که شرکت‌ها می‌پایسته بود آن دست یابند افزایش داد. بر این اساس، برنامه‌های مستند، نیازهای آموزشی و تاریخ طبیعی می‌باشتند در برنامه‌ها گنجانده می‌شدند و شبکه ITV می‌باشت در زمان‌های پرپرینده برنامه‌های با کیفیت پخش کنن.

کنن درک‌های باید شناخت آن است که بعضی انواع برنامه‌ها به لحاظ کیفی در انواع دیگر برتری دارند و تنوعی از برنامه‌ها که در آنها انواع با کیفیت گنجانده می‌شود. دسترسی به استندارد کیفی را تضمین می‌کند البته می‌توان برنامه‌های ساخته که هم در زمان‌های پرپرینده بخش شوند و هم از انواع خاص به شمار آیند اما کیفیت پایینی داشته باشند. آیا ممکن است مستند آموزشی بسیار پرپرینده با پخش شود که از نظر منطقگان خبره (یا حتی مردم به طور کلی) کیفیت ضعیفی داشته باشد؟ حداکثر چنین وصفی وجود دارد و از آین رو، موضوع تضمین «کیفیت» امری حتمی تخواهد بود. همچنین ممکن است بعضی برنامه‌ها از نوع با کیفیت نباشند ولی بینندگان آنها را با کیفیت بدند.

مسلم‌اند که برنامه مستند آموزشی به لحاظ نوع نسبت به برخی مسابقه‌نامه‌ی کیفیت بالاتری دارد ولی آیا ممکن نیست در عمل برنامه با کیفیت ضعیفی از نوع اول و برنامه با کیفیت بالایی از نوع دوم پخش شود؟
در گزارش پیش رو، با وجود آنکه ادعا می‌شود نوع برنامه جنبه‌ای اساسی در توصیف کیفیت است، شواهدی ارائه می‌شود که نشان می‌دهد بین‌بندی کیفیت را بر اساس آنچه به پخش می‌رسد مورد قضاوت قرار می‌دهند. به بیان حکایت، در این گزارش دو رویکرد مورد استفاده قرار گرفته است. نخست رویکرد جزء به جزء که در آن کیفیت ادراک شده تعداد زیادی برنامه ارزیابی می‌شود و میانگین کیفیت هر سرویس پخش یا جزئی (Molar) به دست می‌آید. و دوم، رویکرد یا مولاری که در آن کلیک شبکه در نظر گرفته می‌شود و کیفیت برنامه‌های آن مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. ماهنها تنها در هر دو رویکرد خود کیفیت ادراک شده برنامه‌ها و شبکه‌ها را ارزیابی کرده‌ایم بلکه مجموعه‌ای از ویژگی‌ها را که با کیفیت ادراک شده ارتباط دارند ارائه داده‌ایم； ضمن اینکه مجموعه‌ای از پاسخ‌های مردم به این سوال را نیز که «کیفیت چیست؟» گرد آوردایم.

کیفیت ادراک شده در برنامه‌های واحد

روش

هر هفته بیش از سه هزار منتشر آماده با مقیاس تقدیر نظر خود را در مورد هر برنامه اعلام می‌کردند:

1. به هیچ وجه چالب و یا بالا نیست
2. چندان چالب و یا بالا نیست
3. چنین چالب و یا بالا نیست
4. چنین چالب و یا بالا نیست
5. چنین چالب و یا بالا نیست
6. چنین چالب و یا بالا نیست

طی هفته‌های گزارش ادراک شده 72 برنامه مورد ارزیابی قرار گرفت. 9 برای کیفیت بسیار بالا، 4 برای کیفیت بالا، 2 برای کیفیت ضعیف و 1 برای کیفیت ضعیف اگر افزود برنامه‌ها را نمی‌شناسند در مورد آن نظر نمی‌دادند. در یکی از هفته‌ها چند سوال دیگر نیز در خصوص کیفیت برنامه‌ها پرسیده شد که پاسخ به آنها می‌تواند به تفسیر عمیق تر نمره‌های مربوط به کیفیت کمک کند.
نتایج ارزیابی کیفیت و شاخص تقدیر

اولین هدف مقایسه کیفیت و شاخص تقدیر است که در چندول یک به آن پرداخته می‌شود. کیفیت نسبت به تقدیر مقياس انعطاف‌پذیرتری به شمار می‌رود. با توجه به چندول مشخص می‌شود که مردم می‌توانند همان برنامه‌هایی را که به لحاظ کیفی ضعیف می‌دانند و مورد تقدیر قرار دهند، بیشترین عدد همخوانی در برنامه‌ای به چشم می‌خورده که شاخص تقدیر آن، شاخص کیفیت آن ۳۵ است و اختلاف معادل ۴۵ بین آن دو وجود دارد.

ستون «درصد پاسخ» نشان می‌دهد برنامه‌هایی که بیشترین کیفیت را دارند شناخته شده‌اند. البته این بدان معنا نیست که چنین برنامه‌هایی مناسب با کیفیت ادرار شده، تمامی چنین برنامه‌هایی درست و صحیح می‌شوند. تنها می‌توان گفت حداکثر یک بار دیده شده‌اند که سال‌های درخشان‌تر می‌شوند.

جدول شماره ۱- میانگین امتیازات کیفیت و شاخص تقدیر و اختلاف آنها

<table>
<thead>
<tr>
<th>میانگین</th>
<th>کیفیت</th>
<th>کیفیت</th>
<th>اختلاف</th>
<th>اختلاف که گزارش کرده‌اند</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>درصدی که گزارش کرده‌اند</td>
<td>شاخص تقدیر</td>
<td>اختلاف</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>18 برنامه اول از نظر کیفیت</td>
<td>76</td>
<td>83</td>
<td>7</td>
<td>75</td>
</tr>
<tr>
<td>18 برنامه بعدی از نظر کیفیت</td>
<td>62</td>
<td>77</td>
<td>15</td>
<td>62</td>
</tr>
<tr>
<td>18 برنامه بعدی از نظر کیفیت</td>
<td>54</td>
<td>73</td>
<td>19</td>
<td>56</td>
</tr>
<tr>
<td>18 برنامه آخر از نظر کیفیت</td>
<td>43</td>
<td>69</td>
<td>26</td>
<td>57</td>
</tr>
</tbody>
</table>

اینک به بررسی رابطه کیفیت ادرار شده با نوع برنامه می‌پردازیم. با بررسی جدول ۲، بنا هم مشخص می‌شود که دامنه کیفیت در مقایسه با شاخص تقدیر نسبتاً وسیع است (از ۴۴ تا ۷۱) در مقابل ۱ امتیاز (از ۷۲ تا ۷۸). همچنان رابطه واضحی بین کیفیت و شاخص تقدیر یا بین کیفیت و درصد افرادی که برنامه‌ها را تماشا می‌کنند وجود ندارد. اما رابطه بین درصد نشان دهنده و شاخص تقدیر کمالا قابل توجه است. برنامه‌های سرگرم‌کننده بالا اصلی‌تر کاهش امتیاز کیفیت به شمار می‌روند. البته با توجه به اینکه کم‌کمی موقعیت با سابقه پخش طولانی در برنامه‌های سرگرم‌کننده منظور نشده‌اند.
جدول شماره ۲: میانگین ادراک کیفیت و تقدير بر اساس نوع برنامه

<table>
<thead>
<tr>
<th>نوع برنامه</th>
<th>تعداد</th>
<th>کیفیت</th>
<th>تقدير</th>
<th>کمترین</th>
<th>بیشترین</th>
<th>میانگین</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ورزش و مسایل روزمره و اخبار</td>
<td>71</td>
<td>76</td>
<td>63</td>
<td>45</td>
<td>79</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>مورد پیش درآمدها و مستندات</td>
<td>64</td>
<td>67</td>
<td>54</td>
<td>42</td>
<td>61</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>فیلم‌های پرورشی و جرم و ماجرا</td>
<td>88</td>
<td>87</td>
<td>75</td>
<td>60</td>
<td>81</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>نمايش های عشقي و مجموعه‌ها و سریال‌های زنده‌گی روزمره</td>
<td>74</td>
<td>73</td>
<td>63</td>
<td>52</td>
<td>70</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های سرگرم کننده و کمی</td>
<td>54</td>
<td>52</td>
<td>42</td>
<td>30</td>
<td>46</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

توجه: N تعداد برنامه‌های مرگ‌گاه را نشان می‌دهد.

در نهایت، به بررسی رابطه گروه‌های مخاطبان و کیفیت می‌پردازیم. مخاطبان را بر اساس سن، جنس و طبقه اجتماعی تقسیم‌بندی کرده‌ایم. اما بین زن و مرد تفاوت قابل توجهی نشان نمودند. مشابه آن‌ها در نظر می‌گیرند. بر اساس یافته‌ها، نظریات سالمندان در اغلب موارد بالاترین کیفیت را تعیین می‌کنند. اما در برنامه‌هایی که کمترین کیفیت ادراک شده‌اند، علت قضاوت سالمندان بیشتر خونه است. گروه AB در سال‌های ۱۲-۵۱ بهتر بهترین نتیجه‌ها را کسب کرده‌اند. می‌تواند به دلیل موقعیتی نسبی نسبت به دیگر گروه‌ها بوده باشد.

در سال‌های بعدی، تأثیر را دارد زیرا این گروه به لحاظ تعداد بلکه گروه‌ها فوزونی دارد.

جدول شماره ۳: ادراک کیفیت در گروه‌های مختلف مخاطبان

<table>
<thead>
<tr>
<th>گروه</th>
<th>تعداد</th>
<th>کیفیت</th>
<th>تقدير</th>
<th>کمترین</th>
<th>بیشترین</th>
<th>میانگین</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>AB</td>
<td>00</td>
<td>0</td>
<td>2</td>
<td>1</td>
<td>1</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ديگر</td>
<td>10</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>AB</td>
<td>10</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ديگر</td>
<td>15</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

در سال‌های بعدی، تأثیر را دارد زیرا این گروه به لحاظ تعداد بلکه گروه‌ها فوزونی دارد.
از این بحث می‌توان نتیجه گرفت که بین‌الďگاک به‌طور کلی، طیف شاخه تکمیل و سعی نیست‌اما با این حال کیفیت اداره شده در مورد بعضی برنامه‌ها که حتی مورد علاقه هم هستند در سطح بسیار پایینی قرار دارد. بعضی شواهد نشان می‌دهند که برنامه‌های واقعی بیشتری استفاده عموماً هم مورد علاقه و هم با کیفیت محسوب می‌شوند اما برنامه‌های خیالی با وجود مورد علاقه بودن کمتر از نظر کیفی مورد توجه قرار می‌گیرند و برنامه‌های سرگرم کننده از این برنامه‌ها نیز در رتبه پایین‌تر قرار دارند.

مترشکل‌های مربوط به مخاطبان بر نتایج کلی یافته‌ی تاثیرگذاری برنامه‌های واقعیت بیشتر عموماً هم مورد علاقه‌اند و هم با کیفیت محسوب می‌شوند اما برنامه‌های خیالی با وجود مورد علاقه بودن کمتر از نظر کیفی مورد توجه قرار می‌گیرند و برنامه‌های سرگرم کننده از این برنامه‌ها نیز در رتبه پایین‌تر قرار دارند.

تشخیص کیفیت

بای طراحی هشت عبارت در خصوص کیفیت از افرادی كه در هفت‌ماهه به ۲۸ آوریل، ۲۰ برنامه را امتیازبندی کردند بودند.

نظر خواهی شد.

موارد اول و آخر در جدول ۴ نشان می‌دهند که بین‌الďگاک کیفیت را با تکمیل پیکسان نمی‌دانند. به اعتقاد ۸۸ درصد پاسخ‌بندی‌ها، یک برنامه با وجود داشتن تماشاگران که می‌تواند کیفیت خوبی داشته باشد اما به اعتقاد ۱۲ درصد، تعداد کم تماشاگران به معنای کیفیت ضعیف یا کیفیت است. در کل، ۸ نفر از هر ۱۰ نفر (۶۸٪) معتقد بودند که برنامه با کیفیت خوب هر برنامه‌ای است که یکی با تماشاگران مجد آن باشیم. ۲۷ درصد افراد دلیل تمام به تماشاگران ضعیف را ویژگی‌های کیفی می‌دانند و تقریباً به همان تعداد (۲۵٪) این عقیده را ردمی‌کنند.
جدول شماره ۲- ویژگی‌های ادراک شده که موجب کیفیت برنامه‌ها می‌شوند

<table>
<thead>
<tr>
<th>عبارت</th>
<th>بسیار موافق</th>
<th>موافق</th>
<th>مطمئن نیست</th>
<th>مخالف</th>
<th>بسیار مخالف</th>
<th>تعداد نهایی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>کیفیت برنامه‌ها به رغم کم بودن تعداد برنامه‌ها در باشند</td>
<td>۶۹</td>
<td>۳۹</td>
<td>۱۰</td>
<td>۲</td>
<td>۱</td>
<td>۸۳</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌سازی که می‌خواهد کیفیت برنامه‌های خود را حفظ کند</td>
<td>۴۶</td>
<td>۴۳</td>
<td>۱۰</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۸۳</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های خود آگاه باشند</td>
<td>۳۶</td>
<td>۳۶</td>
<td>۱۲</td>
<td>۳</td>
<td>۱</td>
<td>۸۱</td>
</tr>
<tr>
<td>کیفیت برنامه‌هایی که خوب می‌دانم که منشا نمایشی دیگری از باشند</td>
<td>۴۵</td>
<td>۴۰</td>
<td>۱۹</td>
<td>۲</td>
<td>۱</td>
<td>۷۸</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌سازی که می‌خواهد کیفیت برنامه‌های خود را حفظ کند</td>
<td>۳۴</td>
<td>۳۸</td>
<td>۱۹</td>
<td>۲</td>
<td>۲</td>
<td>۷۵</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌هایی را تماشا می‌کند</td>
<td>۲۸</td>
<td>۲۸</td>
<td>۱۷</td>
<td>۱۸</td>
<td>۴۸</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>بعضی وقت‌ها برنامه‌هایی را که می‌دانم کیفیت ضعیف دارند</td>
<td>۹</td>
<td>۲۸</td>
<td>۱۹</td>
<td>۲۰</td>
<td>۴۱</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>اگر برنامه‌هایی را که تماشا می‌کنم دوست دارم</td>
<td>۴</td>
<td>۲۰</td>
<td>۱۹</td>
<td>۲۵</td>
<td>۴۰</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آخرین برنامه‌ها را برای پخش توصیه نمی‌کنم</td>
<td>۸</td>
<td>۱۸</td>
<td>۲۹</td>
<td>۴۰</td>
<td>۷۷</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
درمان بیماری‌های زیادی با وجود همگامی در انتهای مورد نظر و مسئولیت‌های گسترده‌ترین و نهایی‌ترین درمان بیماری‌ها و مسئولیت‌های اخبار و مستندسازی چنین اعتقادی وجود ندارد.

جدول شماره یک: انتشارات مربوط به کیفیت تلویزیون و دیگر محصولات

<table>
<thead>
<tr>
<th>موضوع</th>
<th>کیفیت بالا</th>
<th>امتیاز</th>
<th>موضوع</th>
<th>کیفیت بالا</th>
<th>امتیاز</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>اخبار اصلی شب</td>
<td>8</td>
<td>45</td>
<td>سه شاخه برق</td>
<td>9</td>
<td>78</td>
</tr>
<tr>
<td>مستند با موضوع خودکشی</td>
<td>73</td>
<td></td>
<td>بیهوشی برای جراحی</td>
<td>9</td>
<td>79</td>
</tr>
<tr>
<td>کارتون‌های نوجوانان</td>
<td>66</td>
<td></td>
<td>دو جرخه بچه</td>
<td>5</td>
<td>65</td>
</tr>
<tr>
<td>باز پخش یک ازدواج سلطنتی</td>
<td>56</td>
<td></td>
<td>یستی از فروشنده</td>
<td>7</td>
<td>51</td>
</tr>
<tr>
<td>فیلم پلیسی</td>
<td>60</td>
<td>12</td>
<td>تورخانه آریایی</td>
<td>3</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td>فیلم جام جهانی فوتبال</td>
<td>54</td>
<td></td>
<td>روزنامه عصر</td>
<td>5</td>
<td>51</td>
</tr>
<tr>
<td>بحث در مورد هم جنس بارز</td>
<td>54</td>
<td></td>
<td>مجله جوانان</td>
<td>1</td>
<td>45</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های نمایشی</td>
<td>52</td>
<td>9</td>
<td>تی شرت</td>
<td>37</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه گفتگوی تلویزیونی</td>
<td>49</td>
<td></td>
<td>گوشواره‌های پلاستیکی</td>
<td>28</td>
<td>4</td>
</tr>
</tbody>
</table>

شناختی کوتاه مدت کیفیت تلویزیون

برای بررسی این شناختی در سوال مطرح شد:

۱. در هفته دکتر ایندی می‌توانستید کیفیت برنامه‌های ITV چه بود؟ افراد می‌توانستند یکی از پاسخ‌های زیر را انتخاب کنند:

کیفیت عموماً بالاست - کیفیت عموماً خوب است - کیفیت عموماً قابل قبول است - کیفیت عموماً در میانست

۲. در هفته دکتر ایندی می‌توانستید در برنامه‌های ITV غیر از کیفیت کلی، نسبت برنامه‌هایی که کیفیت بالایی داشته‌نداشته باشند؟ افراد می‌توانستند انتخاب کنند عبارت بودند از:
نتایج جدول‌های ۸-۶

میانگین شاخص تقدیر در بین شبکه‌ها چندان متفاوت نیست اما کیفیت کلی تفاوت نسبتاً بالایی در بین شبکه‌ها دارد. زنان شاخص تقدیر بیشتری به BBC2 و مردان امتیاز کیفیت کلی بالاتری به این شبکه می‌دهند. خلاصه‌ای از شاخص تقدیر، کیفیت کلی و نسبت کیفیت (PQ) در جدول ۸ نشان داده شده است.

جدول شماره ۶-۶ ادراک کیفیت کلی: گسترده‌نظرات

<table>
<thead>
<tr>
<th>کیفیت</th>
<th>ITV</th>
<th>BBC1</th>
<th>C4</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>پایه (اصلی)</td>
<td>۳۱۷۴</td>
<td>۳۱۷۴</td>
<td>۳۱۷۴</td>
</tr>
<tr>
<td>بدون جواب</td>
<td>۱۴</td>
<td>۱۵</td>
<td>۱۴</td>
</tr>
<tr>
<td>مطمئن نیستم، نمی‌توانم بگویم</td>
<td>۲۶</td>
<td>۲۷</td>
<td>۲۶</td>
</tr>
</tbody>
</table>

پایه (اصلی جدید)

<table>
<thead>
<tr>
<th>کیفیت</th>
<th>ITV</th>
<th>BBC1</th>
<th>C4</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>بالا: عمومی</td>
<td>۷</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۴</td>
</tr>
<tr>
<td>کاملاً خوب</td>
<td>۲۷</td>
<td>۲۴</td>
<td>۳۱</td>
</tr>
<tr>
<td>معقول</td>
<td>۶۰</td>
<td>۳۹</td>
<td>۳۹</td>
</tr>
<tr>
<td>کمی باپیس</td>
<td>۱۰</td>
<td>۸۸</td>
<td>۱۱</td>
</tr>
<tr>
<td>پاپیس</td>
<td>۷</td>
<td>۴</td>
<td>۹</td>
</tr>
</tbody>
</table>
جدول شماره ۷- کیفیت ادراک شده در مقایسه با شاخص تقدیر

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>ALL</th>
<th>M</th>
<th>F</th>
<th>۱۵-۲۴</th>
<th>۲۵-۳۴</th>
<th>۳۵-۴۴</th>
<th>۴۵-۵۴</th>
<th>۵۵+</th>
<th>AB</th>
<th>C</th>
<th>CE</th>
<th>E</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۰۰</td>
<td>۶۱</td>
<td>۰۹</td>
<td>۸۱</td>
<td>۶۴</td>
<td>۶۹</td>
<td>۱۰</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۳</td>
<td>۰۰</td>
<td>۰۲</td>
<td>۰۲</td>
<td>۰۰</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۱</td>
<td>۷۳</td>
<td>۰۷</td>
<td>۷۰</td>
<td>۶۵</td>
<td>۷۹</td>
<td>۸۰</td>
<td>۸۹</td>
<td>۹۲</td>
<td>۰۷</td>
<td>۹۲</td>
<td>۹۲</td>
<td>۰۷</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۲</td>
<td>۵۹</td>
<td>۰۴</td>
<td>۷۹</td>
<td>۷۶</td>
<td>۷۸</td>
<td>۸۷</td>
<td>۸۷</td>
<td>۸۷</td>
<td>۵۹</td>
<td>۷۶</td>
<td>۷۶</td>
<td>۵۹</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۳</td>
<td>۶۰</td>
<td>۰۵</td>
<td>۶۸</td>
<td>۶۷</td>
<td>۷۷</td>
<td>۸۷</td>
<td>۸۷</td>
<td>۸۷</td>
<td>۶۰</td>
<td>۷۷</td>
<td>۷۷</td>
<td>۶۰</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۴</td>
<td>۷۴</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۶</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۴</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۵</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۰</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۰</td>
<td>۷۰</td>
<td>۷۱</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۶</td>
<td>۷۲</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۲</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۲</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۷</td>
<td>۷۳</td>
<td>۷۰</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۳</td>
<td>۷۰</td>
<td>۷۰</td>
<td>۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۸</td>
<td>۷۴</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۴</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۱</td>
<td>۷۴</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول شماره ۸- مقایسه کیفیت و شاخص‌های تقدیر

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>BBC2</th>
<th>C4</th>
<th>ITV</th>
<th>BBC1</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>شاخص تقدیر، هفته ۱۷</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۸</td>
<td>۷۴</td>
<td>۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>کیفیت عمومی</td>
<td>۵۹</td>
<td>۵۱</td>
<td>۶۱</td>
<td>۵۱</td>
</tr>
<tr>
<td>کیفیت ادراک شده</td>
<td>۵۲</td>
<td>۴۴</td>
<td>۴۴</td>
<td>۵۱</td>
</tr>
</tbody>
</table>
نسبت کیفیت بالا (جدول 9)

در این نسبت، درصد برنامه‌های با کیفیت بالا، کمتر از مقياس «استاندارد کلی کیفیت» است.

جدول شماره 9- ادراک‌های نسبت کیفیت بالا

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>ITV</th>
<th>BBC1</th>
<th>C4</th>
<th>BBC2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>پایه (ورودی)</td>
<td>3174</td>
<td>3174</td>
<td>3174</td>
<td>3174</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>GQ(PQ)</th>
<th>GQ(PQ)</th>
<th>GQ(PQ)</th>
<th>GQ(PQ)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>بدون جواب</td>
<td>(13) 12</td>
<td>(13) 13</td>
<td>(15) 15</td>
<td>(14) 14</td>
</tr>
<tr>
<td>معتمد نیست، نمی‌توانم</td>
<td>(11) 9</td>
<td>(17) 17</td>
<td>(27) 27</td>
<td>(26) 26</td>
</tr>
<tr>
<td>بگویم</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>بایه (مبنا) جدید</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>پسیار زیاد</td>
<td>(7) 3</td>
</tr>
<tr>
<td>تعداد متوسط</td>
<td>(28) 17</td>
</tr>
<tr>
<td>کم</td>
<td>(9) 27</td>
</tr>
<tr>
<td>پسیار کم</td>
<td>(7) 11</td>
</tr>
</tbody>
</table>

نسبت کیفیت بالا

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>بسیار زیاد</th>
<th>5</th>
<th>(10)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تعداد متوسط</td>
<td>(28) 29</td>
<td>(24) 20</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>کم</td>
<td>(9) 18</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>پسیار کم</td>
<td>(7) 13</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

هزینه‌های ادراک شده تولید

سؤال مربوط به هزینه‌های عبارت بود از: «فکر می‌کنید هزینه‌های گروه‌های برنامه‌ای زیر چقدر است؟»

بسیار گران = 4 گران = 3 نیم گران = 2 چندان گران = 1 اصلاً گران نیست نتایج داده شده است.
نتایج جدول ۱۰

اگر مردم در مورد هزینه‌های تولید تنها ذهنیت خود را دارند؛ زیاد تبودن پاسخ‌های «مطمئن نیستم» این موضوع را ثابت می‌کند. اما در بعضی موارد قضاوت‌ها نسبتاً صحیح است (گرای بودن مستندات) و از دیگر موارد مسابقه‌های تلویزیونی) البتا در مواردی هم به اشاره فکر می‌کند که ارزان بودن تولید نمایش‌ها از آن جمله است.

زنان به طور کلی هزینه‌های تولید برنامه‌ها را بیش از مردان بپردازند می‌کنند. به طور کلی افرادی که برنامه‌ها را پرده‌زنتر می‌دانند، عبارتند از: ۱- افراد مسن‌تر که به احتمال بیش‌تر زن از طبقه اجتماعی پایین و از بین‌دگان پر و پا فرصت تلویزیون هستند. ۲- نمره کیفیت بالاتری به همه شبکه‌ها چه در مقياس استاندارد کلی و چه به نسبت بالای برنامه‌های با کیفیت می‌دهند. افرادی که کیفیت برنامه‌ها را بالا در نظر می‌گیرند، دلیل آن را هزینه‌های تولید برنامه‌ها می‌دانند.

جدول شماره ۱۰- هزینه‌های ادراری شده تولید برنامه

<table>
<thead>
<tr>
<th>کیفیت برنامه</th>
<th>خیلی با ارزش</th>
<th>مطمئن نیستم</th>
<th>بی‌ارزش</th>
<th>همه</th>
<th>مرد</th>
<th>زن</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>فیلم‌ها</td>
<td>۷۲</td>
<td>۱۵</td>
<td>۱۳</td>
<td>۷۳</td>
<td>۷۵</td>
<td>۷۸</td>
</tr>
<tr>
<td>مستند‌ها</td>
<td>۷۴</td>
<td>۱۹</td>
<td>۷</td>
<td>۷۳</td>
<td>۷۵</td>
<td>۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>نمایش‌نامه‌ها/دراما</td>
<td>۷۴</td>
<td>۱۸</td>
<td>۷</td>
<td>۷۳</td>
<td>۷۵</td>
<td>۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های مربوط به طبیعت</td>
<td>۷۴</td>
<td>۱۹</td>
<td>۸</td>
<td>۷۳</td>
<td>۷۵</td>
<td>۷۴</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های هوازی</td>
<td>۵۴</td>
<td>۱۹</td>
<td>۱۰</td>
<td>۶۲</td>
<td>۶۴</td>
<td>۶۱</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌هایی که در کنار سر برگر هستند</td>
<td>۵۴</td>
<td>۱۷</td>
<td>۲۱</td>
<td>۶۴</td>
<td>۶۶</td>
<td>۶۲</td>
</tr>
<tr>
<td>اخبار / اکثر جامعه</td>
<td>۴۵</td>
<td>۳۴</td>
<td>۲۳</td>
<td>۵۷</td>
<td>۵۹</td>
<td>۵۷</td>
</tr>
<tr>
<td>کمیته های وظیفه</td>
<td>۴۷</td>
<td>۳۲</td>
<td>۳۰</td>
<td>۵۷</td>
<td>۵۹</td>
<td>۵۷</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های کودکان</td>
<td>۴۷</td>
<td>۳۲</td>
<td>۳۰</td>
<td>۵۷</td>
<td>۵۹</td>
<td>۵۷</td>
</tr>
<tr>
<td>مسابقات تلویزیونی</td>
<td>۴۷</td>
<td>۳۲</td>
<td>۳۰</td>
<td>۵۷</td>
<td>۵۹</td>
<td>۵۷</td>
</tr>
<tr>
<td>کنگره‌های تلویزیونی</td>
<td>۴۷</td>
<td>۳۲</td>
<td>۳۰</td>
<td>۵۷</td>
<td>۵۹</td>
<td>۵۷</td>
</tr>
<tr>
<td>مانندین</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۱</td>
</tr>
</tbody>
</table>

عناصر مؤثر در کیفیت شبکه تلویزیونی
در این خصوص هشتم عنصر مورد بررسی قرار گرفت (جدول 11) و از افراد سوال شده به نظر آنان کدام یک از این عنصر برای بالا دانستن کیفیت برنامه‌های تلویزیون لازم است.

جدول شماره 11- اهمیت ادراک شده عنصر کیفیت شبکه

<table>
<thead>
<tr>
<th>عنصر</th>
<th>موافق</th>
<th>مطمن نیستم</th>
<th>نامنفع</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>داشتن طیف و سوی برنامه‌ها برای انتخاب</td>
<td>96</td>
<td>4</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های سرگرم کننده</td>
<td>93</td>
<td>7</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>تضمین پخش برنامه‌های نامناسب برای تماشاگران جوان پس از ساعت 9 شب</td>
<td>87</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های اطلاع‌رسان</td>
<td>80</td>
<td>17</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های آموزشی</td>
<td>73</td>
<td>23</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های مخصوص زیر بینج سال</td>
<td>48</td>
<td>34</td>
<td>17</td>
</tr>
<tr>
<td>بعضی برنامه‌های مذهبی</td>
<td>37</td>
<td>37</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های بی‌درخ</td>
<td>15</td>
<td>44</td>
<td>41</td>
</tr>
</tbody>
</table>

همچنین محاسباتی انجام گرفت تا رابطه بین اهمیت «عناصر» مورد نظر و ارزیابی کیفیت برنامه‌ها را تا هفته گذشته روش‌های سازد. نتایج به دست آمده در شکل ۱ مشخص می‌شود که:

(شکل ۱) براوردی شکل (1) مشخص می‌شود که:
شکل 1 - زوج‌های قضاوت که هم‌پوشانی دارند با از هم دور می‌شوند

## تحلیل کیفیت ادراک شده در هفته گذشته

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>ITV</th>
<th></th>
<th>C4</th>
<th></th>
<th>BBC1</th>
<th></th>
<th>BBC2</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>داشتن برنامه‌های مهدی</td>
<td>+</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
</tr>
<tr>
<td>داشتن برنامه‌های آموزشی</td>
<td></td>
<td></td>
<td>++</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
</tr>
<tr>
<td>داشتن برنامه‌های مخصوص</td>
<td></td>
<td></td>
<td>+</td>
<td></td>
<td>+</td>
<td></td>
<td>+</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>کودکان زیر بخشهال</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>داشتن برنامه‌های اطلاع‌رسان</td>
<td></td>
<td></td>
<td>++</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
</tr>
<tr>
<td>داشتن برنامه‌های پر خرج</td>
<td>+</td>
<td></td>
<td>+</td>
<td></td>
<td>+</td>
<td></td>
<td>+</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تضییعین پخش برنامه‌ها</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>نامناسب برای تماشاگران جوان</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>پس از ساعت 9 شب</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>داشتن برنامه‌های سرگرم کننده</td>
<td>+</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>داشتن طیف وسیع از برنامه‌ها</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

منظور از prop

علاماً ++ نشان می‌دهد که مواقتی بیشتر با عبارت عمودی به معنای مواقتی بیشتر با عبارت افقی است (قوی‌تر)

علاماً + نشان می‌دهد که مواقتی بیشتر با عبارت عمودی به معنای مواقتی بیشتر با عبارت افقی است (با حداکثر)

علاماً - نشان می‌دهد که مواقتی بیشتر با عبارت عمودی به معنای مواقتی بیشتر با عبارت افقی است (قوی‌تر)
معتقدان به اهمیت برنامه‌های مذهبی کساتی هستند که کیفیت کلی برنامه‌های ITV را ارائه می‌دهند.

آخر خوب می‌دانند.

عدد صفر در پایین و سمت راست نشان می‌دهد که بین لزوم داشتن طرف و سیِعی از برنامه‌ها و اینکه BBC2 نسبت بالایی برای کیفیت کلی برنامه‌های آن خوب است، رابطه‌ای وجود ندارد. شکل شماره ۲۴۱ رابطه آن این نوع را نشان می‌دهد. وجود طرف و سیِعی از برنامه‌ها که بین آنها می‌توان دست به انتخاب زد و نیز برنامه‌های سرگرمی کننده و دوگانه‌ای را نشان می‌دهد که رابطه‌نشان با ادراک کیفیت ندارند (به استثنای این عقیده که سرگرمی و طرف و سیِعی برنامه‌ها معروف کیفیت هستند و با بالا داشتن کیفیت برنامه‌های ITV ارتباط ضعیفی دارند).

لزوم برنامه‌سازی پرهزینه عموماً با ادراک و اقتضی کیفیت مرتبط است (به استثنای BBC2 به هر دلیل)

پخش برنامه‌های مخصوص بزرگسالان پس از ساعت ۹ شب با ادراک و اقتضی در شبکه‌های C و BBC1 و تا حدنه ITV مرتبط نیست ولی در مورد BBC2 و ITV است.

نتیجه دیگر بررسی‌ها در خصوص کیفیت تلویزیون در جدول ۱۲ نشان داده است.

توضیح شکل ۲

در این شکل، رابطه موافق بودن با جملات طرح شده و ارزیابی کیفیت هر یک از شبکه‌ها در هفته قبل از بررسی نشان داده است. کسانی که معتقدند برنامه‌های تلویزیونی آخر هفته کیفیت ضعیف‌تری دارند، برنامه‌های "آخرین هفته" ITV را کیفیت نمی‌دانند. همچنین کسانی که اخبار برتر BBC را به لحاظ کیفیت از ITV را از ITV می‌شمارند.
### جدول شماره ۱۲- قضاوت در مورد کیفیت تلویزیون

<table>
<thead>
<tr>
<th>امتیازها</th>
<th>موافق</th>
<th>مطلوب نیستم</th>
<th>ناموفق</th>
<th>کل</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>در تابستان همواره کیفیت برنامه‌های تلویزیون کم می‌شود</td>
<td>۷۳</td>
<td>۲۰</td>
<td>۸</td>
<td>۹۱</td>
</tr>
<tr>
<td>کیفیت تلویزیون در آخر هفته کم است</td>
<td>۷۱</td>
<td>۱۸</td>
<td>۱۱</td>
<td>۹۱</td>
</tr>
<tr>
<td>در صورت پخش کلی برنامه‌های تکراری کیفیت تلویزیون بهتر می‌شود</td>
<td>۶۵</td>
<td>۲۳</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۰۹</td>
</tr>
<tr>
<td>کیفیت تلویزیون همچنان که مردم بیشتر و بیشتر از ماهواره و کابل استفاده می‌کنند کمتر می‌شود</td>
<td>۴۶</td>
<td>۳۳</td>
<td>۲۲</td>
<td>۱۰۱</td>
</tr>
<tr>
<td>با صدور مجوز بعدی ITV کیفیت افت می‌کند</td>
<td>۳۳</td>
<td>۵۳</td>
<td>۱۴</td>
<td>۱۰۰</td>
</tr>
<tr>
<td>تعداد زیاد برنامه‌های با کیفیت اهمیتی ندارد</td>
<td>۴۲</td>
<td>۲۶</td>
<td>۳۰</td>
<td>۹۸</td>
</tr>
<tr>
<td>شخصیت‌های معروف بهتری در BBC حاضر می‌شوند</td>
<td>۲۰</td>
<td>۶۰</td>
<td>۲۰</td>
<td>۱۰۰</td>
</tr>
<tr>
<td>ITV در صورت عدم پخش آگهی کیفیت بهتر می‌شود</td>
<td>۳۱</td>
<td>۳۲</td>
<td>۳۷</td>
<td>۱۰۰</td>
</tr>
<tr>
<td>مسابقه‌های تلویزیونی همواره کیفیت ضعیفی دارند</td>
<td>۲۳</td>
<td>۳۲</td>
<td>۳۷</td>
<td>۱۰۰</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های خبری ITV از برنامه‌های خبری BBC بهتر بودند</td>
<td>۱۹</td>
<td>۴۷</td>
<td>۳۰</td>
<td>۱۰۶</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های مستند شبکه ۴ از ITВ و BBC1 بهتر است</td>
<td>۱۶</td>
<td>۴۲</td>
<td>۴۶</td>
<td>۱۰۳</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### شکل 2- زوج‌های قضاوت کم هموسیاتی دارند یا از هم دور می‌شوند

<table>
<thead>
<tr>
<th>کیفیت برنامه‌های تلویزیونی در آخر هفته</th>
<th>ضعیف است</th>
<th>کیفیت تلویزیون در تابستان کمتر است</th>
<th>تکرار کمتر به معنای کیفیت بهتر است</th>
<th>کیفیت مساسبه‌های تلویزیونی همواره پایین است</th>
<th>اختراع کابل کیفیت را کاهش خواهد داد</th>
<th>مجوزهای جدید کیفیت را کاهش خواهد داد</th>
<th>عدم وجود آگهی به معنای کیفیت بهتر است</th>
<th>مستندهای C4 بهتر از دیگر شبکه‌ها است</th>
<th>تعامل از کیفیت مهم‌تر است</th>
<th>شخصیت‌های معروف بهتر هستند</th>
<th>اخبار از ITV بهتر است</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ITV</td>
<td>C4</td>
<td>BBC1</td>
<td>BBC2</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>+</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>+</td>
<td>+</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

* Prop* به معنای کیفیت کلی بیشتر است.
کسانی هم که معتقدند حذف آگهی‌ها کیفیت را بهتر می‌کند، برنامه‌های ITV را به‌لحاظ کیفی ضعیف‌تر می‌دانند. در مورد BBC و C4، رابطه‌ها طبیعی وجود ندارد.

به طور کلی، الگوی قضایت در مورد کیفیت یک شبکه با الگوی قضایت در مورد کیفیت یک شبکه دیگر متفاوت است. در مورد 19 ویژگی مطرح شده در سه‌کل‌های ۱ و ۲، جهت مشاهده و ماهنامه رابطه در الگوی ITV و C4 تنها در سه مورد مشاهده شد.

در مطالعه پنج عباس نهایی نتایج زیر به دست آمد (جدول ۲ و شکل ۳):

افرادی که «در تمامی مشری‌های مشکل بسیاری هستند» در مورد برنامه‌های ITV کیفیت را پایین می‌دانند و در مورد یک BBC را نیز با میزان کمتری همین نظر را دارند.

کسانی که BBC را برای تقدیر تماشا می‌کردند، کیفیت برنامه‌های آن را خوب می‌دانستند. این افراد، برنامه‌های ITV را نیز به لحاظ کیفی خوب ارزیابی می‌کردند. الگوی مشابهی نیز در کسانی که تلویزیون را به عنوان پس زمینه روش می‌کردند وجود داشت ولی کسانی که کیفیت C4 را به‌خوبی BBC می‌دانستند، تلویزیون را کمتر به عنوان پس زمینه روش می‌کردند. کسانی که تلویزیون را برای ITV کسب اطلاعات تماشا می‌کردند، کیفیت شبکه‌های ITV و C4 را بهتر می‌دانستند (ولی در مورد BBC، نداشتند).

چنین نظری نداشتند.

از کدام شاخص استفاده کنیم کیفیت کلی با نسبت؟

در پاسخ به این سوال با دید کدام یک بیسترن همین‌گری را با دیگر ویژگی‌ها دارند. مقياس کیفیت کلی با ۴۱ مقیاس دیگر رابطه متوسطی دارد (۰/۱۱) اما در مورد شاخص‌های کیفیت بالا، ۰/۰۵ است که نسبتاً هیچ تفاوت را نشان نمی‌دهد. کیفیت کلی» بیشتر کمتری ندارد و لذا می‌توان آن را بر دیگری ترجیح داد و دشوار بودن مفهوم «نسبت» برای پاسخ‌دهنده‌گان را نیز از دلایل دیگر برتری مقياس کیفیت کلی شمرد.

کیفیت - هدف واژگی؟

تاکنون ویژگی‌های را که در BBC و در ITV، و غیره «کیفیت» به حساب می‌آید بررسی کردیم. این واقعیت که در هر یک، ویژگی‌های مقاومتی کیفیت‌محور می‌شود نشان می‌دهد که کیفیت نسبی است. ممکن است بسیار عمیق و در کیفیت ITV می‌بینند چیست؟ در این افراد:

کیفیت
مشکل پیشنهاد نیستند و تلویزیون را برای تفریح، آرامش و یا به عنوان پس زمینه مورد استفاده قرار می‌دهند.

معتقد نیستند که برنامه تلویزیون در آخر هفته‌ی تبیستان بدنر می‌شود یا کابل و صدور

مجزو‌ها جدید کیفیت برنامه‌ها را کاهش می‌دهد.

معتقد نیستند که شخصیت‌های معروف BBC بهتر از دیگران و یا آگهی‌ها کیفیت برنامه‌ها را

کاهش می‌دهند. ولی اخبار ITV را از BBC بهتر می‌دانند.

معتقد که داشتن برنامه‌های پرخور، طیف وسیع برنامه‌ها، برنامه‌های سرگرم‌کننده و بعضی برنامه‌های مذهبی از ویژگی‌های مهم کیفیت‌کننده نبوده و برخی از برنامه‌هایی که وجود برای برنامه‌های اطلاع‌رسان و یا به برنامه‌های مخصوص کودکان قبل از سن مدرسه از ویژگی‌های کیفیت به شمار می‌رودند، قبول ندارند.

جدول شماره 13: دلایل تمایل تلویزیون

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>مطرفین نیستنم</th>
<th>مطرفین موافق</th>
<th>ناموافق</th>
<th>امتیازها</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تلویزیون را برای لذت بردن تمایل می‌کنمند</td>
<td>92</td>
<td>8</td>
<td>1</td>
<td>84</td>
</tr>
<tr>
<td>در انتخاب برنامه‌ها بسیار مشکل پسند هستم</td>
<td>82</td>
<td>14</td>
<td>5</td>
<td>87</td>
</tr>
<tr>
<td>برای کسب آرامش تلویزیون تمایل می‌کنمند</td>
<td>66</td>
<td>21</td>
<td>12</td>
<td>69</td>
</tr>
<tr>
<td>برای با خير شدن تلویزیون تمایل می‌کنمند</td>
<td>66</td>
<td>24</td>
<td>11</td>
<td>69</td>
</tr>
<tr>
<td>اغلب تلویزیون را به عنوان پس زمینه روش می‌کنمند</td>
<td>26</td>
<td>16</td>
<td>58</td>
<td>36</td>
</tr>
</tbody>
</table>
بررسی غیرقابل دسترس

همچنانه بین کیفیت کلی و ویژگی‌های ادراک شده کیفیت ارتباطی برقرار کردن بله به لحاظ نظری می‌توانیم همین کار را در مورد "شایعه تقدير" ویژگی‌ها نیز انجام دهیم. می‌توان استدلال کرد که بهترین شایعه همانی نیست که بیشترین رابطه را با ویژگی‌های ادراک شده دارد بلکه شایعه روابط دیگر ویژگی‌ها دارد (از یک نظر شایعه داخلی تجربه واقعی و غیرآلوده به دیگر کلیه‌ها است) اینکه "شایعه تقدير" یا کیفیت به نسبت "کیفیت کلی" رابطه کمتری با دیگر ویژگی‌های ادراک شده دارد، امری مبتنی بر مسیر و گمان و با قضاوتی مبتنی بر تجربه است. در این صورت می‌توان نتیجه گرفت که شایعه تقدير همانیان شایعه بیشتری پارای "کیفیت تجربه" است. (به نسبت کیفیت کلی یا کیفیت نسبی). این شایعه‌ها که از شایعه‌های "کیفیت محصول" به شمار می‌روند در واقع تصویر شبکه‌ای از ایده‌های ادراک شده، تعصب‌ها و کلیشه‌ها نیز هستند.

<table>
<thead>
<tr>
<th>شکل شماره ۳۳- دلایل تماشای تلویزیون و کیفیت ادراک</th>
<th>ITV</th>
<th>C4</th>
<th>BBC1</th>
<th>BBC2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>در تماشای برنامه‌های مشکل پسن هستم</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>- + -</td>
</tr>
<tr>
<td>تلویزیون را به عنوان پس زمینه روشن می‌کنم</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>0</td>
<td>- -</td>
</tr>
<tr>
<td>برای لذت بردن تماشای می‌کنم</td>
<td>++</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>برای کسب اطلاعات تماشا می‌کنم</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
</tr>
<tr>
<td>برای کسب آرامش تماشا می‌کنم</td>
<td>++</td>
<td>++</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Gen.** = به نظر می‌رسد
**Prop.** = به نظر می‌رسد
کیفیت از زبان بینندگان
در جدول ۱۴ تعریف کیفیت‌های تلویزیون از زبان‌های کردی، درج شده است. نکته قابل ذکر اینکه فقط ۱ درصد پاسخ‌ها از این دست بود:
- برنامه‌های متنوع
- طیف مناسبی از برنامه‌های روزانه
- آموزشی مناسب از سفر، طبیعت و مسابقه‌های تلویزیونی
- برنامه‌های با موضوعات بسیار متنوع
- گسترش‌گری طیف انتخاب برای در برگرفتن هر تعداد ممکن از سلیقه‌ها

<table>
<thead>
<tr>
<th>جدول شماره ۱۴ - تعریف خود بینندگان از کیفیت تلویزیون</th>
<th>ALL</th>
<th>مرد</th>
<th>زن</th>
<th>۲۵-۵۴</th>
<th>۵۵+</th>
<th>ABC1</th>
<th>C2DI</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>پایه</td>
<td>۳۷۸</td>
<td>۴۰۵</td>
<td>۱۰۹</td>
<td>۴۵۸</td>
<td>۱۷۱</td>
<td>۱۳۱</td>
<td>۴۲۵</td>
</tr>
<tr>
<td>سرگرم کننده، لذت بخش</td>
<td>۱۷</td>
<td>۱۷</td>
<td>۱۸</td>
<td>۱۸</td>
<td>۱۸</td>
<td>۱۸</td>
<td>۱۸</td>
</tr>
<tr>
<td>اطلاع رسانی، آموزشی</td>
<td>۱۴</td>
<td>۱۰</td>
<td>۹</td>
<td>۱۲</td>
<td>۱۲</td>
<td>۱۲</td>
<td>۱۲</td>
</tr>
<tr>
<td>انتخاب بازیگران، مجریان</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۲</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۰</td>
<td>۱۰</td>
<td>۱۰</td>
<td>۱۰</td>
</tr>
<tr>
<td>جالب و جذاب</td>
<td>۱۱</td>
<td>۱۲</td>
<td>۱۰</td>
<td>۸</td>
<td>۸</td>
<td>۸</td>
<td>۸</td>
</tr>
<tr>
<td>ارزش‌های تولید</td>
<td>۹</td>
<td>۱۰</td>
<td>۸</td>
<td>۹</td>
<td>۹</td>
<td>۷</td>
<td>۷</td>
</tr>
<tr>
<td>مناسب برای کل خانواده و مناسب همه سلیقه‌ها</td>
<td>۸</td>
<td>۹</td>
<td>۷</td>
<td>۶</td>
<td>۶</td>
<td>۶</td>
<td>۶</td>
</tr>
<tr>
<td>منی ها</td>
<td>۷</td>
<td>۸</td>
<td>۷</td>
<td>۶</td>
<td>۶</td>
<td>۶</td>
<td>۶</td>
</tr>
<tr>
<td>طیف، تنوع</td>
<td>۶</td>
<td>۷</td>
<td>۹</td>
<td>۷</td>
<td>۷</td>
<td>۷</td>
<td>۷</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم وجود مسابقه‌های تلویزیونی</td>
<td>۴</td>
<td>۳</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
</tr>
<tr>
<td>تعلیمات</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۳</td>
<td>۳</td>
<td>۳</td>
<td>۳</td>
<td>۳</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم اهانت به شعر بینندگان</td>
<td>۲</td>
<td>۳</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
</tr>
<tr>
<td>جبههای موسیقی و صدا</td>
<td>۲</td>
<td>۲</td>
<td>۲</td>
<td>۲</td>
<td>۲</td>
<td>۲</td>
<td>۲</td>
</tr>
<tr>
<td>شاخص‌های واحد برنامه</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
</tr>
<tr>
<td>غیره</td>
<td>۶</td>
<td>۵</td>
<td>۵</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
</tr>
</tbody>
</table>
ارزیابی درونی و کاربرد آن در رادیو

جواد پور کریمی

کارشناس ارشد تحقیقات آموزشی و پژوهشگر
اداره کل تحقیق و توسعه حوزه صدا و سیما

اشاره

ارتقای سطح کیفی برنامه‌های رادیو و تلویزیون و ضرورت ارزیابی آنها، از دیرباز در کانون توجه دست‌اندرکاران امور سیاست‌گذاری و تویید سازمان قرار داشته است. ارزیابی درونی نیز به عنوان روشی کامل‌تر و روشن‌تر، به تازگی مورد توجه محافل علمی قرار گرفته است. تأکید اصلی ارزیابی درونی ارتقای سطح کیفیت با توجه به مشارکت اعضای تشکیل دهنده گروه نیازمند است. در نتیجه، افزایش سطح انجیزه گروه و حمایت اعضای به سمت بهبود کیفیت و مرتفع نیروها و اعضای موجود است. در این مقاله، با پرداختن به مسئله و نظریات مختلف در حوزه ارزیابی، به ارزیابی درونی به عنوان روشی بسیار مؤثر در ارزیابی برنامه‌های رادیویی و در نتیجه ارتقای سطح کیفی آنها اشاره می‌شود و در نهایت، مراحل اجرایی ارزیابی درونی در گروه‌های مختلف برنامه‌های رادیویی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

۱- کلیات

به طور کلی، یک نظام یا سیستم، مجموعه‌ای از اجزای وابسته به یکدیگر است که برای تأمین هدف معمول است. اجزای اصلی یک سیستم عبارتند از: درون داد (input)، درون دار (output)، فرایند (process) و محیط (environment).
در ساخت برنامه‌های رادیویی، این سیستم را به صورت زیر می‌توان نشان داد:

برای مشخص کردن میزان دستیابی به اهداف تعیین شده در برنامه، ارزیابی برنامه ضروری به نظر می‌رسد. در واقع، ارزیابی به معنی تعیین ارزش‌های برای قضاوت درباره میزان، درجه، حالت، کیفیت و یا اثر بخشی موضوع مورد ارزیابی است (آریستی، 1375). تاپر (Taylor، 1950) در سال 1950 ارزیابی را فرایند تعیین میزان انطباق هدفها و کارکردهای برنامه تعیین چکیده است (هومن، 1375).
اما تعیین ارزیابی در دهه 1960 توسیع بیشتری یافت و رابطه آن با تصمیم‌گیری را نیز در بر گرفت. از این پس، فرآیند کردن اطلاعات برای تصمیم‌گیری در کانون توجه قرار گرفت. گروهی از مؤلفان مانند استافیل بیم (1971) (Stufflebeam) را به گونه‌ای برده و به عنوان طرح ریزی، با به
دست آوردند و تهیه اطلاعات مؤقتی برای داوری درب‌ارزش شرف‌الدین کورنی از نظر تصمیم گرفتن کرده‌اند. فیلیپس (1970) نیز ارزیابی را به معنی سنگین و ارزیابی یک برنامه برای تعیین میزان تأثیر یا سودمندن آن تعیین کرده است. کروناخ (Cronbach) و کاربرد اطلاعات (War 1969) نیز معترف است که اجزای بهترین برنامه باید یک مدل نوعی درون یک پدیده نشان دهنده از ورود و بررسی (CIPO) "تعداد است که برای انجام ارزیابی جامع و کامل، استفاده از یک روش نظام مند یعنی روش کی به توانایی تغییرات را در رفتار، مهارت و کارایی مخاطبان با وجود آورد ضروری است. پوفهام (1975) ارزیابی را در سطحی بسیار کلی به عنوان سنگین شاخصی تعیین می‌کند و کرک پاتریک (KirkPatrick, 1977) معترف است که در ارزیابی یک برنامه باید به اصلاح و بازخوانی، وقایع و اندیشه‌های مخاطبان توجه داشته.

بیبایی (1978) ارزیابی را در تعیین گسترش‌دهنده، به عنوان فراهم نظر ارزیابی و تغییر شواهدی که منجر به داوری ارزیابی می‌شود و در نهایت به عمل می‌انجامد، مطرح می‌کند و سیرتنیک (1990) معترف است که در ارزیابی همان‌طور که زمینه (سیاسی) وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد (هومون، 1375).

در مدیریت اسلامی نیز به 3 نوع ارزیابی اشاره می‌شود: 1. روش مستقیم و بدون واسطه؛ در این روش ارزیابی درونی است و اساس آن ایمان به صفت دانانی و آگاهی ذات اقداس الله است. 2. روش مستقیم و با واسطه؛ در این روش ارزیابی بریونی است و اساس آن نظارت آشکار مدیران و بازارساز بر امور و بررسی عملکرد افراد است. 3. روش غیرمستقیم؛ در این روش ارزیابی پنهان و مخفی استفاده می‌شود. در اسلام زمینه‌های اعتقاداتی به گونه‌ای است که بهترین بستر رشد را برای ارزیابی درونی که بهترین و کاراترین نوع ارزیابی است فراهم می‌آورد. خداوند متعال در آیه 19 سوره نجل می‌فرماید: "و خدا هر چه را پنهان و آشکار دارد به همه آگاه است و از مؤذن‌ها خدا بترسید و ترک رای و اعمال زشت کنید" و (۲۴) خود را توصیه به یکی از کارگزارانش می‌فرماید: "آیا تو به معادت و بازگشت ایمان نداری و از موشک‌ها در حساب و بازپرسی نمی‌هراسی؟" و (۳۸) می‌فرماید: "شما اماشان نمی‌شوید و به حساب آنچه در دنیا گفت‌های انجام داده‌اید رسرسی می‌کنید" (نهج البلاغه، خطبه ۸۲). بیانیئر اکرم (ص) نیز نظرات و کنترل را یک فراپند فراور و همگانی می‌دانند و مستند به افراد را در مقابل عملکردی را یکی بر می‌پردازند (کلیک را و کلکم مسئول و لذا مشاهده می‌شوید که اساس دین می‌باشد و بر مراقبت، نظارت،
۲- تفاوت ارزیابی درونی و بیرونی

مسئله اساسی در ارزیابی درونی در مقایسه ارزیابی بیرونی، در واقع باشگه به این سؤال است که ارزیابی را چه کسی انجام می‌دهد؟ بیرونی بودن ارزیابی دارای ابعاد متعددی است. ابعادی مانند کشش ارزیابی، مؤلفه ارزیابی کننده، واحدهای ارزیابی کننده و یا فرد ارزیابی کننده در ارزیابی درونی اثر دیا واقع در برنامه (رادیوپی) خود ارزیابی را انجام خواهند داد و حتی چنانچه از فرد متخصصی نیز به عنوان مشاور استقاده کنند فرایند ارزیابی، تنظیم سوالات، انتخاب روش‌ها، طراحی تحقیق، جمع آوری و تحلیل داده‌ها، تعیین معیارهای موافقتی برنامه و استفاده از اطلاعات ارزیابی برای برنامه‌ریزی آینده را خود در دست خواهد گرفت (ابلی، ۱۳۷۵). از قواعد ارزیابی درونی این است که موجب می‌شود برنامه‌سازان (سردیبران، تهیه‌کنندگان، مدیران گروه، شبکه و …) در ابتدا و یک همگن انجام دهند و از روند اجرایی برنامه‌های خود مطلع شوند و آنگاه از نظریات جامعه پرورش می‌پردازند بهبود نظام (برنامه) خود نیز آگاه شده و با توجه به وضع کانونی، براً رسیدن به آینده بهتر تلاش کند. ارزیابی درونی در جهت توانمند ساختن دست‌اندرکاران برنامه نسبت به کنترل برنامه‌های خود و کمک به آنها در فرایند ساخت برنامه‌های مشابه کام بر می‌دارد (درنی، ۱۳۷۶).

۳- اهداف و ویژگی‌های ارزیابی درونی

۱- اهداف

به طور کلی، هدف اصلی ارزیابی درونی بهبود کیفیت در مقولة مورد ارزیابی (در اینجا ساخت و درج برنامه‌های رادیوپی) است. اما برای این نوع ارزیابی ۲ هدف ویژه را نیز می‌توان در نظر گرفت:

۱- تیم‌های مختلف کیفیت یک سیستم (برنامه رادیوپی).

۲- به عنوان مثال، برای مشخص کردن جنبه‌های کیفی یک برنامه رادیوپی ملاکهای زیر قابل طرح است:

الف) صداپرداز
از انتقال برنامه پخش شده با طرح مصوب
در این روش، با توجه به اینکه اعضای سیستم، خود به ارزیابی خود می‌پردازند، نوعی
خودنهایی در بین سیستم روابط می‌یابد و افراد درون یک نظام دارویی برازندگانه برای بهبود کیفیت کار
خوشیش تلایش می‌کنند.

2-1-2 مشترک دادن اعضای گروه و سیستم (نرم‌یا گروه برنامه‌ساز) در ارتباط کیفیت برنامه
یکی از نمایش‌های افراد ارزیابی درونی، ترکیب روحی مشارکت گروهی اعضای در انجام فعالیت
مدیریت و عوامل دیگر نوعی مدیریت مشارکتی است. در این روش، افراد سیستم به نوعی خود
به پاسخ کار خود می‌پردازند و به این ترتیب هدف اصلی ارزیابی را که بهبود کیفیت برنامه است,
با ایجاد فراوانی برگیرند می‌کنند.

2-2-2 ویژگی‌های ارزیابی درونی
از ارزیابی درونی برای یک نظام ساخت برنامه رادیویی با سیستم این فرضیه را فراهم می‌آورد
که وضعیت موجود خود را تصویر کرده و مشخص سازد به کجا باید برود و آنچه انسداد تولید
رسیسین به نظر مطابق را دارد. ارزیابی درونی با تصویر کردن چگونگی کیفیت، عوامل مورد
ارزیابی را پیش روی اعضای قرار می‌دهد و هر یک از توصیه‌های گیری در مورد آینده بهتر نشان
می‌دهد. به هر ترتیب ارزیابی درونی دارای ویژگی‌های زیر است:

2-1-2-1 اعتماد و اثبات اعضای ارزیابی درونی موجب تعیین درست مجموعه‌ای آگاهی از رود
اجرای آن و درک نظریات جامعه مشود و اعضای را وامیدارد که برای رسیدن به آینده بهتر
کیفیت یک تلایش کنند.

2-2-2-1 ارزیابی درونی باعث می‌شود که یک مجموعه برنامه‌ساز پخش محیط از فرایندهش رشد
خود را تضمین کرده و به سوی آن کام برد.
ارزیابی دروتنی تأکید فراوان بر برنامه‌هایی دارد که از طریق آنها مأموریت، جایگاه، اهداف و نقاط ضعف یک مجموعه معنی می‌شود و آن مجموعه برای تضمین و بهبود کیفیت خود روش‌های مفیدی را انتخاب می‌کند (Thune, 1996).

۴-۲-۲-۳- تدوین و توزیع گزارش‌های ارزیابی دروتنی توأم با روش‌هایی است که به اصلاح برنامه می‌شود.

۵-۲-۳- هر نظام ارزیابی بیرونی زمانی معتبر است که نقاط ضعف و قوت مجموعه خود را از طریق قضاوت توسط ارزیابی دروتنی بشناسد.

۶-۲-۳- ارزیابی درونی ضروری و معنی‌دار به ثبت قرار می‌گیرد و اقدام‌هایی از این برای آن ضروری است. (action research)

۷-۲-۳- ارزیابی دروتنی به صورت مشارکتی انجام شده و موجبات انجام به رغبت اعضای گروه برنامه‌سازی را به دنبال دارد.

۸-۲-۳- ارزیابی دروتنی مرحله اول اعتباربخشی (accreditation) بوده و می‌تواند برای رتبه‌بندی مراکز (گروه‌های برنامه‌سازی) مفید باشد.

۹-۲-۳- ارزیابی دروتنی نوعی درون‌گرایی است که توصیف حقيقی از واقعیت موجود را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر در این ارزیابی، اعضای دیپی توجهی و دفاع از وضع موجود برنامه آیند.

۱۰-۲-۳- ارزیابی دروتنی هم به دلیل ماهیت فراستی آن و هم به دلایل تغییرات انجام شده‌ی ناشی از نتایج ارزیابی در فراپندر برنامه‌ریزی به نوعی آینده‌گذاری منجر می‌شود.

۱۱-۲-۳- به دلیل مشارکت و درک‌گر شدن اعضا در ارزیابی دروتنی، مقاومت و کشک‌کشی اعضای سازمان، گروه و ... در برابر ارزیابی کاهش می‌یابد و نوعی تکثر فرهنگی (Cultural Pluralism) در پی می‌آورد (Cowin, 1994).

۱۲-۲-۳- ارزیابی دروتنی روشی اختلاس‌گرا و کاملاً دموکراتیک برای بهبود کیفیت است که از گروه برنامه‌سازی، این نوع ارزیابی از اعتبار محتوایی برای بالایی برخوردار است.
روش‌شناسی (Methodology)

همان‌گونه که ذکر شد، ارزیابی دو عاملی ماهیت اخلاقی انتقال پژوهی است. در این پژوهش خود برنامه‌سازان (رادیوپی) ارزیابی نیز هستند و نقش اصلی ارزیابی را ایفا می‌کنند. یکی از بیشتر موارد اصلی اقدام پژوهی آن است که دستاوردهای فعالیت‌های برنامه‌سازی و به خصوص سردریپ و تهیه‌کننده، شخصاً با کنارکا درب مسائل مربوط به وظایف شغلی خود بپردازند، نسبت به آن وظایف اگاه شده و در راه آن کوشش بیشتری به عمل خواهد آورد (سومد و همکاران، ۱۳۷۶).

البته ارزیابی دو عامل از جهت روش‌شناسی تفاوت‌های نیز با اقدام پژوهی دارد که در زیر به طور خلاصه به مراحل و روش انجام ارزیابی درونی، ابزار مورد استفاده و روش تجزیه و تحلیل اشاره خواهد شد:

۱-۴- مراحل ارزیابی درونی

۱-۴- مشخص کردن شورای ارزیابی درونی

بعد از اینکه یک سیستم، گروه یا شooky برنامه‌ساز تصمیم بگیرد ارزیابی درونی گرفته باید افرادی از درون خود آن گروه یا شبکه برای راه شورا انتخاب شوند. این افراد تا حد امکان باید واجد شرایط زیر باشند:

الف) در مورد موضوع مورد ارزیابی (برنامه رادیویی) اطلاعات کافی در خصوص ساختار اهداف و... داشته باشند.

ب) از آنجایی که عمل ارزیابی درونی فراپنیست و دقیق است این افراد باید بتوانند وقت و انزیمی لازم را با این کار اختصاص دهند.

ج) ترتیب شورای ارزیابی درونی باید به گونه‌ای باشد که اجرای تمام جنبه‌های مورد ارزیابی را تحت پوشش قرار دهد.

شاوین نظر است که در سیاست مشابه از موارد وجود یک نفر از ارزیابی متخصص در ارائه مشاوره فنی و همچنین توجیه مسائل مفهومی، تکنیکی و روش‌شناختی ضروری است.

۲-۱-۴- مشخص کردن هدف‌های برنامه‌ریزی

هر برنامه (رادیویی) دارای اهدافی است که دستاورد کاران در تمام مراحل ساخت، تولید و پخش به دنبال دستیابی به آنها می‌باشد. این اهداف بر حسب قاعده می‌باشد قبل از
ساخت و ضبط (برنامه‌های تولیدی) و قبل از پخش (برنامه‌های زنده) به صورت کامل‌نشناس و دقیق تدوین شود.

اهداف هر برنامه را می‌توان با مراجعه به طرح «برنامه مصوب» مورد بررسی قرار داد. در طرح پیشنهادی برنامه‌های رادیویی اهداف برنامه به دو دسته اهداف اصلی و اهداف فرعی (ویژه) تقسیم شده است. اصولاً اهداف فرعی زیرمجموعه‌ای از اهداف کلی تحققی به شمار می‌روند که برنامه‌ساز (سردیبیر یا تهیه‌کننده) به دنبال دستیابی به آن‌هاست. لازم به یادآوری است که اهداف دو رده دارد که اهداف ذکر شده در طرح برنامه، اهداف رفتاری (عینی و قابل کنی شدن) نیستند و شورای ارزیابی درونی می‌پایست با بحث و بررسی بر روی این اهداف آنها را به صورت رفتاری درآورد. با این توجه داشته که عل او بر اهداف هزینه برنامه، گروه‌های طبقه‌بندی خود همراه با فرد ارزیابی (حوزه معاونت صدا، سیما و...) و یا حتی سازمان نیز دارای اهداف مدونی است که در ارزیابی برنامه باشد به آن توجه داشته.

۲-۳-۱-۴- شناسایی عوامل و ملاک‌های مورد ارزیابی در این مرحله از ارزیابی درونی، اعضای گروه با شورای ارزیابی، یا نهادانه یا عواملی را که باید مورد ارزیابی قرار گیرند، مشخص می‌کنند. این عوامل با توجه به اهداف، ساختار سازمان و ماهیت برنامه نهی شود. برای بررسی میزان دستیابی به عوامل تعیین شده نیز ملاک‌های را با پایین دور نگرفت.

علوی زیر را می‌توان به عنوان عوامل مورد ارزیابی در برنامه‌های رادیویی مورد اشاره قرار داد:

الف) عامل کیفیت صداپدایی
ب) عامل کیفیت گزارشگری
ج) عامل کیفیت نویسنده
د) عامل کیفیت گویندگی و اجرا
ه) عامل کیفیت سردبیری و تهیه‌کننده
و) عامل رضایت مخاطبان
ز) عامل اطلاعات برنامه پخش شده با طرح مصوب
برای تعیین میزان دستیابی به عوامل ارزیابی درونی یاد شده ملاک‌هایی را در نظر می‌گیردن که از جنبه‌های مختلف عامل مورد بررسی به شمار می‌رودند. برای مثال، در زیر به برخی از ملاک‌های
موردنظر برای سنجه‌سنجی دستیابی عامل صادبندداری اشاره می‌شود:
الف) تنظیم میکروفون
ب) هماهنگی اول (سطح صدا) کلام و موسیقی در برنامه
ج) سرعت عمل
د) کیفیت ترکیب صدا

۴-۱-۴-۱ تدوین نشانگرهای وضع مطلوب
با مشخص کردن اهداف کلی و فرعی، عوامل و ملاک‌های هر برنامه و تدوین اهداف رفتاری
(کميتهای قابل اندازه‌گیری)، وضعیت مطلوب یا آرامش مشخص می‌شود. وضعیت موجود موقعیتی
است که سیستم در زمان حال درگیر اجرای آن است و آن را می‌توان با یک پمپاس (survey) و با
استفاده از آبیارهای گردآوری که بعدها توضیح داده می‌شود مشخص ساخته.

نشانگر (indicator) های وضع مطلوب آماره‌هایی هستند که جنبه‌ای از عملکرد را نشان می‌دهند
و کاستن‌های آن را مشخص می‌کنند (پژوهان، ۱۳۷۲).

نشانگر ممکن است عدد، نسبت، درصد و یا توصیف کلی باشد. نشانگرها بر اساس عوامل و
ملاک‌های مورد ارزیابی ساخته می‌شوند. برای تعیین یک نشانگر ابتدا باید ویژگی وضع مطلوب
توصیف شده و سپس نشانگر وضعیت مطلوب از روی آن ساخته شود. در زیر نمونه‌ای از ساخت
یک نشانگر آمده است:
یک پیوست پنج درجهی وجود دارد. در این پیوست، در یک طرف موافقت‌ترین نظر (یا بیشترین مقدار) و در طرف دیگر مخالفترین نظر (یا کمترین مقدار) قرار دارد. در زیر نمونه‌ای از ابزار و مثالی از تحلیل آن به طور خلاصه ذکر می‌شود:
در ارزیابی دوونی این عامل گزینه خیلی خوب ارزش 5 و گزینه خیلی بد ارزش 1 را به خود اختصاص می‌دهد. جهت امتیاز 40 و حداکثر امتیاز 8 است. برای مجازی‌سازی امتیاز این عامل به صورت زیر عمل می‌شود:

\[
30 = (2 \times 1 + 2 \times 2 + 2 \times 3) / 8 = 3 / 8
\]

نتیجه ارزیابی:

<table>
<thead>
<tr>
<th>خیلی خوب</th>
<th>خوب</th>
<th>متوسط</th>
<th>خیلی بد</th>
<th>بد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>3/70</td>
<td>2/5</td>
<td>4/5</td>
<td>1/5</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

نتیجه ارزیابی: خوب

5-1-4-3: تهیه ابزار اندازه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها
در ارزیابی درونی نیز مانند سابقه تحقیقات می‌توان از ابزارهای مانند مصاحبه، مشاهده، پرسشنامه و چک لیست استفاده کرد. هر یک از این ابزارها محاسب و معافیت خاص خود را دارد و
اما این شرایط موضوع مورد ارزیابی است که نوع ابزار را مشخص می‌کند. یک ارزیابی چپ‌های دست در شرایط مختلف و در خصوص موضوعات یا زمینه‌های متفاوت به نحو متقضی و به صورت کاملاً منتفی، انواع ابزارهای یاد شده را مورد استفاده قرار می‌دهد. شایان ذکر است برای ساخت ابزار ارزیابی (که در بیشتر موارد پرسشنامه است) باید دقت لازم را مبذول داشته. دقت در تهیه سوالات و گویی‌ها و همچنین تدوین صمجی گزینه‌ها و استفاده درست از طبقه‌بندی آزمون‌سازی برای ساخت ابزار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برای گردآوری داده‌ها مانند سایر پژوهشهای میدانی (field) می‌توان دو مرحله را می‌کرد. ابتدا یک مطالعه مقدماتی (research) یا تحقیق که به عنوان یک مطالعه همگام (pilot study) می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. ابزار ارزیابی (از حیث آزمون‌سازی) مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد و سپس سوالات گنجی، دارای روابط و اعتماد پایین و... حذف شده و پرسشنامه نهایی به‌نوبه بررسی می‌شود. در مرحله دوم پرسشنامه نهایی بر روی نمونه مورد بررسی اجرا می‌شود.

در ارزیابی (یکی از) نیز مانند سایر تمیزیت‌های مربوط به ابزارهای مانند مصوبه های مبهم، مشاهده، پرسشنامه و چگونه لیست استفاده گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌ها از روی آماری آماری توصیفی و استنباطی استفاده می‌شود. برای این کار می‌توان از نرم‌افزارهای آماری مانند SAS، SPSS استفاده نمود. بهره جست تاکید می‌کند که یکی از طبقه‌بندی بسیار مناسب برای نسج نظریات و جمع‌آوری‌های داده‌ها و تجزیه و تحلیل آنها، طبقه‌بندی است. البته عوامل مورد استفاده در ارزیابی بیشتری احتمال متفاوت هستند و به‌همین دلیل سهم متفاوتی را می‌پایین برای هر کدام به تناسب اهمیت قابل شد. برای تعیین این وزن‌های سهما متفاوت های مختلف نیز روش‌های گوناگونی وجود دارد که چون طریقه محاسبه آنها از حوصله‌ای این به‌نظر می‌رسد، در مقایسه درگیر آن خواهیم پرداخت.

7-1-4- تهیه گزارش ارزیابی درونی

مجله نهایی ارزیابی درونی تهیه گزارش است. این گزارش به‌شکل شامل می‌شود:
الف) بخش توصیف مراحل ارزیابی درونی
ب) بحث و نتیجه‌گیری
ج) ارائه پیشنهادها

در بخش نخست، گروه ارزیابی درونی به طور خلاصه مراحل انجام کار را به منظور انتقال تجربه به سایر گروه‌ها و شبکه‌ها عنوان می‌کند. بخش دوم به تجزیه و تحلیل داده‌ها، به‌طور کلی در نتیجه‌گیری پرداختن به نتایج ارزیابی درونی و تحلیل‌های متفاوت ارائه شده، اختصاص می‌یابد و در بخش آخر، بر اساس نتایج‌گیری به ارائه پیشنهادها پرداخته می‌شود. این پیشنهادها عمداً به منظور برطرف ساختن اشکالات احتمالی و در یک کلام، بهبود کیفیت ارائه می‌شود. همان‌گونه که مشاهده می‌شود این نوع از ارزیابی علاوه بر داشتن و جه فرهنگسازی و آماده کردن بستر مناسب برای پذیرش مباحث ارزیابی، با مشارکت و همکاری دستاندرکاران برنامه کمک شایانی به بهبود کیفیت خواهد کرد.

منابع

1. بازرگان، عباس، رویکرد مناسب ارزیابی درونی برای ارتقاء مستمر کیفیت کرووههای آموزشی دانشگاه‌های علوم پزشکی. مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران. شماره ۲ (۱۳۷۹).
2. بازرگان، عباس، کیفیت و ارزیابی آن در آموزش عالی. مجله رهایفت. شماره ۱۵ (۱۳۷۶).
3. بازرگان، عباس، سیستم نشانه‌های آموزشی و کاربرد آن در تحلیل کارایی دانشگاهی. نشریه علوم تربیتی دانشگاه تهران، (۱۳۷۷).
4. همون، حسین علی، زمینه ارزیابی. تهران: انتشارات پارسا، (۱۳۷۵).
5. بولاجی، اس. ارزیابی طرح‌ها و برنامه‌های آموزشی برای توسیع. ترجمه خدادان ابیلی. تهران: مؤسسه بین‌المللی آموزش پزشکیان، (۱۳۷۶).
6. اردبیلی، یوسف، روش‌های ارزیابی. تهران: انتشارات بعثت، (۱۳۷۶).
7. ابیلی، خدادان، ارزیابی آموزشی در سنا علمی دانشگاهی دانشگاه روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، (۱۳۷۶).
8. سیف، علی‌اکبر، روان‌شناسی پرورش. تهران: انتشارات آگاه، (۱۳۷۶).
9. درمانی، کمال، مدیریت اطلاعات و برنامه‌سازی و مدیریت ارزیابی. نشریه پژوهشی، خبری:
اطلاع‌رسانی پیام مدیران صدا و سیما، (۱۳۷۶).
10. سرحد، زهرا؛ بازرگان، عباس؛ حجایی، مه. روش‌های تحقق در علوم رفتاری. تهران:
انتشارات آگاه، (۱۳۷۶).
11. مشخصات کلی طرح پیشنهادی برنامه‌های رادیویی شبکه سراسری.


رویکردهای روش‌شناسی به سنجش
تنوع برنامه‌های تلویزیونی

نویسنده: هکی هلمین
ترجمه: محسن رضایی‌پاپاندی
پژوهشگر ارشد اداره کل پژوهش‌های سیمای سازمان صدا و سیما

انتشار
در سیاست‌های تلویزیونی اختراعات انجام شده که به ارزش‌های برنامه‌های تلویزیونی مختلفی دارد. مفهوم تنوع به عنوان یکی از متغیرهای مهم در رضایت‌داهنده توجه قرار گرفته است. اما تعیین عملیاتی و شیوه‌های سنجش آن اغلب نادیده گرفته شده است. در این مقاله سعی می‌شود تا ضمن ارائه تصویری روش و جامع از تنوع در سطح برنامه‌ها، شبکه‌ها و سیستم‌های تلویزیونی چند شبکه‌ای، روش‌های سنجش آن نیز مورد بررسی قرار گیرد. از این رو، در نگردنده ضمن اشاره به روش‌های قدیمی می‌توان به مقایسه آنها با روش چند مقياسی تنوع، در اولویت این روش تأکید می‌ورد و در خانه مقاله با به کارگیری این روش در سنجش تنوع برنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی کشور فنلاند کارآمدی آن را مورد آزمون قرار می‌دهد.

تنوع: در محدوده کوچکی محتوای رسانه‌های گروهی تعیین کرد. به عقیده دنیس مک‌کونел (۱۹۹۴)، تنوع یکی از اساسی‌ترین ضرورت‌های رسانه‌های گروهی است که می‌توان آن را معادل تکثیر محتوای و قبیح به کار برد. از نظر وی، تنوع مهم‌ترین اصل در انتشار پیام‌ها می‌باشد. است که عموم مردم را هدف قرار داده‌اند. بدین ترتیب، اصل «تنوع» به طور مشخص، در سیاست‌های کلان
بسباری از رادیو و تلویزیون‌های ملی و فرآیند، گنجانده شده است. در مباحثی که اخیراً در سرود
رادیو و تلویزیون‌های دولتی مطرح است، تنوع به عنوان یکی از روش‌های آسیب‌پذیر و «در خطر»
قابل شد به فشارهای پزشکی موجود، آن را به مخاطر افکنده است (برای مثال، نگاه کنید به
بیماری‌ها) (پیام، ۱۹۹۲). به همین ترتیب، رادیو و تلویزیون‌های تجاری که به شدت توسط پزشک‌های دندانپزشکی مورد توجه قرار داده‌اند، آنان عمق و وسعت
انتخاب‌های برترانیهای را به عنوان یک محصول اقتصادی ویژه در نظر می‌گیرند. چرا که افزایش
انتخاب، فواید مثبتی برای مصرف‌کننده تلویزیون به دنبال دارد (پیام، ۱۹۹۴).

این مقاله، به مفهوم «تنوع» و به طور مشخص بر آندازه‌گیری و سنگین تنوع تحت‌ویاب برترانیهای
تلویزیونی متمرکز است. از این رو پس از مقایسه روابط میان تنوع ساختاری و واقعیت و تحولات انجام
روش برای سنگین نت‌ها «تنوع» پیشنهاد می‌کند که از جنگ حمایت می‌کند. برای انتخاب، که به دنبال دارد، این مطالعه، به هدف گسترش طرح کلی تجزیه و تحلیل اصل «تنوع» انجام
می‌شود و جنبه‌های عمده و افکته تنوع را در دو گروه همچنین در این روش، سنگین سردرگمی
برترانیهای و تفاوت شیب‌های تلویزیونی نیز اهمیت قرار گرفت است.

به طور کلی، چهار شاخص و مقياس برای سنگین نت‌ها «تنوع» تدوین شده است. این مقیاس‌ها، برای
سنگین‌دار پخش برترانیهای چهار شبکه تلویزیونی مهم کشور فنلاند در دوره زمانی ۱۹۸۸-
۱۹۹۹ مورد استفاده قرار گرفتند تا فواید عمیکی روی روش‌های تحولات میانسازی مورد ارزیابی قرار گیرد.
الگوی اصلی این تحولات، طرح «سنگین کیفیت برترانیهای رادیویی و تلویزیونی» است که تنوع
برترانیهای سازی در پنج کشور را با هم مقایسه می‌کرد (باشی‌کاوا، ۱۹۹۶).

تنوع چیست؟
الگوی پازل در برابر الگوی مصالح عمومی
در الگوی مبتنی بر پازل مصرف رسانه‌های گروهی «تنوع» برترانیهای تلویزیونی نوعاً به کمیت
و دامنه انتخاب مصرف‌کنندگان ارتباط می‌یابد. دسترسی به گروه‌های پیشرفت (شبکه‌های پیشرفت) و
متفاوت‌تر (انواع شبکه‌ها) که به گروه‌های متعدد برترانیهای به معنی داخلی تنو انجام پزشک و
برای مصرف‌کنندگان است. در الگوی مبتنی بر پازل، در تعیین تنوع به دسترسی عادت‌های گروه‌های سیاسی مخالف به
رسانه‌ها و همچنین توجه به آنان در محیط برترانیهای تأکید می‌شود، اما این الگو، اساساً تا حد امکان
تأمل رضایت‌دهی‌های آن محتوای سرباز می‌زند. تنوع به شرط حاصل
به حرکت در مورد بقای قرار گرفته باشند
می‌شود که گروه‌های هدف‌گیری شده و مخاطبان توده، به طور تا مورد توجه قرار گرفته باشند

majorsitarian
از نظر مککوئیل (۱۹۹۲)، رسانه‌های گروهی به سه شیوهٔ "تنوع" را عرضه می‌کنند:

۱) از طریق بازتاب تفاوت‌های موجود در جامعه

۲) از طریق فراهم‌آوردن امکان دسترسی به دیدگاه‌های متفاوت

۳) از طریق فراهم‌آوردن امکان انتخاب‌های گسترده و متنوع

اينكه، آيا استانداردهای تنويع در یک رسانه يا شبكه به رایغة می‌شود یا نه، امری است که می‌توان آنرا از دیدگاه‌ها و زوال‌های متعدد مورد بررسی قرار داد (دیدگاه سیاسی، جغرافیایی و...). اما مککوئیل چهارچوبی را پیشنهاد می‌دهد که مبتنی بر انواع انتخاب‌های انتخاب انتخاب انتخاب انتخاب (Sequential) است. طبق این ارتباط (Sequential)، می‌تواند بر حسب این مقوله مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد: ۱. ساختار رسانه

۲. محتوای رسانه ۳. مخاطبان رسانه (مککوئیل، ۱۹۹۲)

با وجود آنکه تنويع ساختار رسانه و تنويع مخاطب اهمیت زیادی دارند و با وجود آنکه نمی‌توان استانداردهای حضور آشکار جامعه در رسانه و امکان دسترسی آنها به رسانه را نادیده گرفت، (نگاه کنید به فان گلنبرگ، ۱۹۹۷: ناپلی، ۱۹۸۷) تمرکز اصلی این مقاله، بر "محتوای رسانه" و بررسی مفهوم "انتخاب" به معنی گرایش‌های تماشا است که در انتخاب مخاطب قرار دارد.
انتخاب شبکه‌ها در برابر انتخاب برنامه‌ها

رویه‌هایی اخیر در تجارت سازی، فراهمی کردن و آزادسازی تلویزیون و بازنشر در قواعد پخش تلویزیونی در اروپای غربی مفهوم "تنوع" را از معنی سنن آن که اشاره به تفاوت‌های سیاسی و اجتماعی دارد، فراهم می‌کند و مفهوم مبنی بر بازار تنوع و انتخاب محصولات و خدمات را نیز به آن می‌افزاید.

در گستره استفاده از رسانه‌ها، افزایش امکان انتخاب بسیار مهم و حیاتی است. چه در مورد شبکه‌های تجاری و چه در مورد شبکه‌های عمومی، افزایش انتخاب، این شبکه‌ها را به عنوان رقیب سرسخت به چالش و هم‌رودی می‌طلبد و مشخص می‌کند که از عملکرد ویژه آنها باید مورد ارزیابی و مقایسه قرار گیرد. تجزیه و تحلیل دامنه تنوع شبکه‌ها و برنامه‌ها، داده‌های معنی‌داری برای سیاست‌گذاری در حوزه استفاده از رسانه‌ها فراهم می‌آورد (بلاطلر، 1986، دی‌نبیس و دیگران، 1992).

ایشی آوا و دیگران (1996).

در حقیقت سنن‌شنگ در سطح ساختار رسانه‌ها با هدف سنن‌شنگ تحديد شبکه‌های مختلف تلویزیونی صورت می‌گیرد. چه در نظریه‌های مبتنی بر الگوریتم تأمین مصالح عمومی و چه در نظریه‌های معنی‌دار به الگوری بهترین برنامه‌ها، عنصر جدایی‌ناپذیر تنوع به شمار می‌رود. افزایش انتخاب به معنی دسترسی به شبکه‌های تلویزیونی و خدمات جدید به عنوان یک هدف عملی در هر دو راهکرد مورد توجه قرار گرفته است. در اصل، یک سیستم پایه‌ای پخش برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند به صورت درونی و هم به صورت بیرونی، اصل تنوع را رعایت کند. تنوع درونی عبارت است از وجود دائمه و سیاست از انواع محتوا که در یک شبکه عرضه می‌شود. تنوع بیرونی از طریق یک سیستم غیر شبکه‌ای به دست می‌آید که در آن هر شبکه به لحاظ موضوع با یک مخلوق دیگر از جمله گروه‌های مخاطب، از دیگر شبکه‌ها متفاوت می‌شود و به این ترتیب، همیوشی و تکرار برنامه‌ها را در بین شبکه‌ها به حداقل می‌رساند (مک‌کونلی، 1992).

ژانرها یا گونه‌های برنامه‌های مقوله‌های معناداری برای تحلیل تنوع به شمار می‌روند. محققان معتقدند که هر برنامه با پایین را می‌توان به یک یا چند نوع مقوله محتواپذیر معنی تخصیص داد. همچنین برنامه‌های متعلق به یک نوع را در یک مجموعه قرار داد. بنابراین گسترده و سیاهی از تنوع ژانرها یا گونه برنامه‌های به دست می‌آید و این امکان را فراهم می‌کند که خروجی‌ها یا پرونده‌های
ตน نوع شبهه در برابر تتنوع سیستم

بهتر است بنیاد انتخاب عمودی برنامه‌ها که توسط یک شبکه واحد در یک دورة زمانی خاص فراهم می‌آید و تتنوع افکار که از توجه تمام شبکه‌ها یا باعثی از آنها در یک دورة فرضی ایجاد می‌شود، تمایز قابل شویم (ایشیو کاوا، 1996؛ لیمن، 1979 و 1992؛ مک کونول، 1992). در این نوشتار، به تعداد گونه‌های برنامه‌ها در دسترس در یک شبکه و همچنین تعداد گونه‌ها قابل دسترسی در چندین شبکه اشاره شده است. این مفاهیم خود اشاره به «تنوع شبکه» و «تنوع سیستم» دارند. اصولاً در بررسی «تنوع» این سوال مطرح است که چرا تجزیه و تحلیل تتنوع شبکه و مقایسه‌ها عمومی در آنها برای سنجش «تنوع» کافی نیست؟ همان طور که کالیکس (1989) معتقد است، کاهش در تنومند درونی هم می‌تواند به موارد انیزایش در تنومند بیرونی باشد و هم می‌تواند نباشد. به عبارت دیگر، ممکن است شبکه‌های منفرد از تنومند کمتری برخوردار باشند اما ارائه خدمات آنها به مخاطبان روز به روز بهتر شود. یا همان طور که دیگران بیان کرده‌اند، واحدهای منفرد «تنوع» ممکن است نقش مؤثری در شکل‌گیری تنومند کل سیستم داشته باشند. این امر از طریق فراهم‌کردن دانه‌های محوری از برنامه‌های که در دیگر شبکه‌ها به نمايش در نمی‌آیند امکان‌پذیر می‌شود.

به طور نظر، انیزایش تعداد شبکه‌های قابل دسترسی به گسترش دانه برنامه‌های پخش شده می‌بیند. چنانکه حتی نوعی ترکیب مؤثر که یک م الأسکیون شبکه‌هایی که به لحاظ عمودی محدود هستند، به همراه چنین نتایج کاملی مماثل (نمونه شبکه پایین) می‌تواند به یک تنومند کلی چشمگیر و قابل
ملاحظه منجر شود (تنوع زیاد سیستم / بنگاه). با وجود آنکه این اثر تنها در یک محدوده چند شبکه‌ای رخ می‌دهد، آن را می‌توان توصیحی برای یک پدیده بحسب آورد چرا که هم جنبه‌های عمومی و هم جنبه‌های اقتصادی (تنوع) با چند هم تلاش‌هایی که با هدف تجزیه و تحلیل تنوع بنگاه‌ها انجام می‌گیرد مورد توجه قرار گیرد.

اختیار بررسی ۲۳ اینستیتو تحلیلی کابلی در ایالات متحده نشان داده است که تنوع کلی در بین شبکه‌ها به وضوح بیشتر از تنوع یک شبکه منفردد است (لیثمن و هاسیگاوا، ۱۹۹۶). در شبکه منفردد ساکن تنها نسبتاً حدودی از برنامه‌های بازه‌ای را شده دارد. اما در مجموع از دو گروه مبنای برنامه و تمایز محصول، بخشی از تنوع کلی حاصل می‌شود. همچنین مشخص شده است که افزایش در تعداد شبکه‌ها، با افزایش دامنه گونه‌های برنامه‌ای پخش شده می‌انجامد (گرانت، ۱۹۹۴). این نتایج مؤید اصل محوری الگوهای انتخاب برنامه است که تعداد شبکه‌ها تنوع سیستم / بنگاه را کاستش می‌دهد.

(اوونو و ویلیامز، ۱۹۹۶).

تولید شبکه در برابر گزینه‌های انتخاب
در حالت که بعد عمومی گونه‌های برنامه است، امکان سنجش عملکرد شبکه‌های منفردد را فراهم می‌آورد. جنبه افقت تنوع، می‌تواند قضاوت درباره چگونگی عملکرد همزمان دلاره را به یک بنگاه رسانانه را را تسهیل کند. به هر حال، تحلیل تنوع شبکه و تنوع سیستم به تنهایی کافی نیست چرا که به طور نظری ممکن است مخ که با تمرکز بر محوری مشابه با دنده خلق تنوع باشد (تنوع‌های شبکه مبتنی بدون آنکه این شبکه‌ها نشان می‌دهند و بنابراین شرکت‌های با تنوع کلی سیستم داشته باشند. هر گاه این شبکه‌ها به تکرار کامپ برنامه‌های یک‌دریاگر پردازاند، تنوع سیستم با تنوع شبکه برابر خواهد شد.

به هر حال، به منظور سنجش انتخاب‌های در دسترس بینشده، تجزیه و تحلیل اینکه چگونه محتوای غالب یک شبکه، شبیه برنامه‌های شبکه دیگر می‌شود، سیستم ارزشمند است. در تحلیل این تفاوت‌ها با شیب‌ها، وجود یک مقیاس یا "شناخت اخلاق" ضروری است. این شناخت که تفاوت بین زانویان مختلف برنامه‌های پخش شده از دو شبکه را مشخص می‌کند. یک بعد اضافی را در سنجش تنوع برنامه‌سازی در اختیار محققان می‌گذارد (دومنیک وپیس، ۱۹۷۶). بنابراین این سوال مطرح می‌شود که آیا ممکن است یک شبکه در خروجی کلی خود، نیم‌وره‌های برنامه‌های مشابه یا نشان دهد که هم از نظر تنوع عمومی و هم از نظر ناصل را تفاوت با یکی گر، مناسب باشد. (تنوع بالای شبکه، تنوع بالای سیستم، انحراف پایین) اما با گونه‌ای به مبنای برنامه پردازاند که بیننده در
هر زمان امکان انتخاب برنامه‌های جایگزین را داشته باشد؟ پاسخ به این سؤال، ضرورت وجود یک معیار کارآمد برای سنجش، که زمان‌ها و روند دقیق انتخاب برنامه‌های زمان‌ها و روند دقیق می‌تواند ممکن باشد (لیبت، ۱۹۷۹). بررسی ابتدایی این‌جا در برنامه‌های نشان می‌دهد که همان‌طور که آن‌ها را برای نوع شبکه و سیستم، بکه برای سنجش تفاوت بین شبکه‌ها و تعادلی تعلیق در هم زمان نیز به مقياس‌های معتبری نیازمندی که هم کدام به عنوان جنبه‌ای اجتناب‌ناپذیر در هر نوع بررسی و مطالعه جدی «انتخاب برنامه‌ها» مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مطالعات اولیه درباره نوع برنامه‌ها

بررسی‌های نخستین دبیرگزاری برای برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در ایالات متحده انجام شده است. در حالی که بسیاری از تحقیقاتی که در آمریکا بر روی گونه‌گونی برنامه‌ها صورت گرفته است، برای توصیف دانه برنامه‌های پخش شده، از شاخص‌های قوی استفاده کرده‌اند. مطالعات اروپایی اغلب بر روی تعداد مسابقه مشابه‌های بین جداول پخش برنامه‌ها و طبقه‌بندی آنها به مقوله‌های تنها کمک کرده‌اند. طبیعتاً مطالعات انجام شده در ایالات متحده بر مبانی تجزیه و تحلیل محتوای مشابه برنامه‌ها نیز بوده است. اما آنها نوعاً از یک طرح طبقه‌بندی جزئی تری استفاده کرده‌اند. و بسیاری از ظاهراً فریب مجموعه‌های تلویزیونی را بهتر مورد بررسی قرار داده‌اند. شاید این تفاوت با رتبی‌ای از دو الگو متفاوت بررسی مفهوم "تنویع" بین الگوی سبکی بر پاژار و الگوی مبتکر بر مصالح عمومی باشد. رادیو و تلویزیون‌های ملی که مبتکری بر سباستها و اهداف عملکردی واضح یا "تنویع قاعدمند" (principled diversity) هستند، عملکرد خود را بر مبنای یک ترکیب معادل از زانه‌های برنامه‌ای بر روی یک مکنند (بیاطرک، ۱۹۶۲) در عوام برای شبکه‌های تجاری، تنوع بیشتر شیبی‌که کالایی اتصادی است که از قوانین کلی عرضه و تبادل پیروی می‌کنند. هدف آنها تنویع برنامگذاری است که به دنبال برآورد نیازها و تفاضل‌های گروه‌های مختلف مخاطبان از طریق "متن‌فکر کردن" و "گونه‌گونی" کالاهاست.

از منظر روش شناختی، رویکرد میانه در ایندازه‌گیری تنویع، عبارت یا استفاده از شاخص‌های نیمه مختصر نظر عضو سهم برنامه‌سازی علمی، برنامه‌سازی برای عموم، برنامه‌سازی محیط و غيره است که نوعاً در مطالعات مربوط به سباستها یا برنامه‌های رسانه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد (دبیس و دیگران، ۱۹۹۲؛ هیلمان و واسوری، ۱۹۹۴؛ کروگر، ۱۹۹۲).
تمرکز گرامی و تنوع محتمل برنامه‌ها

دومینک و پیرس (۱۹۷۶) برنامه‌های پخش شده در ساعات پرپنده شبکه‌های امریکایی از سال ۱۹۵۲ تا ۱۹۹۴ را در ۲۰ مقطع طبقه‌بندی کرده‌اند و چند مقیاس برای تنوع سیستم بیشتر در سه مقطع متمایز می‌شود. بین تریبو همکاری بین شبکه‌ها در طول زمان افزایش می‌یابد و فرضیه آنان مبنی بر کاهش کلی تنوع برنامه‌های این دوره به تأمین می‌رسد.

فرضیه دومینک و پیرس همچنین توسط واشلگ و آنامز (۱۹۸۵) مورد امپرسیون قرار گرفت. آنها با طبقه‌بندی برنامه‌های پخش شده شبکه‌ها در ساعات پرپنده از سال ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۲ در ۲۷ مقطع، تنوع سیستم در این شبکه‌ها را با استفاده از شاخص پراکنگی‌ای نابسامانی یکه توسط شبانه و ویلر (۱۹۷۶) پیشنهاد شده بود. این فرضیه در این دوره شکست گرفته که هیچ گونه گرایشی به کاهش تدریجی در تنوع برنامه وجود ندارد. اما کاهش شدید در طول دهه هفتمان ممکن است به چشم می‌خورد.

در مقابل، لیئن (۱۹۷۹) با استفاده از شاخص هرفلاند - هرشنمن (HHI) برای سنجش تمرکز برنامه‌سازی بر ۹ گونه برنامه‌ای طی سال‌های ۱۹۷۳ تا ۱۹۷۹ به یک اندازه‌گیری قابل ملاحظه در تنوع برنامه رسید. این امر فرضیه او را مبنی بر اینکه تغییر در سه مبانی پذیرش شدیدتر و افزایش رقابت بین آنها طی سال‌های ۱۹۷۳ تا ۱۹۷۹ منجر به تولید و پخش برنامه‌های متنوع در شبکه‌های رقیب شده است. تأیید کرد.

اختیاری این (۱۹۸۵) روش‌های غالب در تنوع برنامه‌های پخش شده در ساعات پرپنده را طی سال‌های دهه ۱۹۸۰ مورد ارائه قرار داده است. او با استفاده از مقیاس HHI به این ترتیب رسید که کلیه‌ای ناشی از ورود رسانه‌های تصویری جدید به افزایش تنوع شبکه‌های نیاجامدیه است. گرنت (۱۹۹۴) پس از گروه‌بندی ۴۱ شبکه تلویزیونی امریکا به شبکه‌های کابلی و پخش امواج، با استفاده از مقیاس HHI دریافت که میانگین تنوع شبکه نسبت به بالاترین حد تنوع در بین شبکه‌ها بسیار پایین است و در غور تنوع افقی برنامه‌ها با تعداد شبکه‌هایی که در یک گروه (کابلی) پخش امواج قرار دارند، همیشه‌گی دارد.

به طور مشخص دو گروه عمده را در بین محققان امریکایی می‌توان سراغ گرفت. اول، بررسی‌های طولی که تغییرات گونه‌گونی برنامه‌ها تمرکز دارند و دوم استفاده از شاخص‌های تنوع که چهارچوب کمی شخصی را برای تحلیل فراهم آورده و مقایسه بین شبکه‌ها را در طول زمان امکان‌پذیر می‌سازد. به طور خلاصه می‌توان چنین بدان کرد که اولاً فرضیه و امکانات این رویکرد به طور کامل مورد استفاده قرار نگرفته است زیرا اغلب پژوهش‌ها صرفاً به تنوع سیستم پرداخته و
عملکرد شبکه‌های منفرد را به ندرت مورد بررسی قرار داده‌اند و ثانیاً به سیاری از پژوهش‌ها، تنها به یک یا دو جنبه تنوع منحصر به هستند (دومنیک و پریس، ۱۹۷۶).

سنیت به کیفیت برنامه‌های تلویزیونی و پراکندگی نسبی

مقایسه سیاست‌های مربوط به جداول پخش برنامه‌ها در کشورهای مختلف و تلاش برای سنیت جنبه‌های عمومی و افعی تنوع در سال‌های اخیر، به طور گسترده‌تر در «طرح بین‌المللی سنجش کیفیت برنامه‌های تلویزیونی» یکی از میانگین شده است. این طرح بین‌المللی برنامه‌های ۲۲ شبکه تلویزیونی بریتانیا، کانادا، زاين، سوئد و ایالات متحده را همگی یک هفته از سال ۱۹۹۲ مورد بررسی قرار داده است. همچنین در این طرح میزان عملیاتی بودن شخصیتهای مختلف تنوع برنامه‌ها نیز مورد مقایسه قرار گرفته است (آیشی‌کاوا، ۱۹۹۶).

به منظور تدوین استانداردهای جهانی تنوع و گوناگونی، محققان اظهار داشته‌اند که یک شاخص

پراکندگی نسبی می‌تواند احتمال پخش زانه‌های مختلف را ایجاد کند که این روش این شاخص

می‌تواند در چنین تحقیقاتی بسیار مفید باشد (کامبریا، ۱۹۹۶). با استفاده از یک طبقه‌بندی ۱۵ مقوله‌ای در این تحقیق بعد عمودی بتنوع به عنوان تنومند کالر در شبکه تلویزیونی بر حسب تعداد زانه‌های پخش شده‌بی‌بیندنگان تعیین شده است. همچنین محققان، تنومند افقی را با محاسبه تنومند کلی تمام شبکه‌های هر کشور به عنوان آوردنی به طور کلی این پژوهش نشان داد که شبکه‌های تجاری در هر کشور، سهم اندکی در تنومند کلی برنامه‌های تلویزیونی دارند (آیشی‌کاوا و دیگران، ۱۹۹۶). زانه‌های برنامه‌ای در جداول پخش شبکه‌های دولتی نسبت به شبکه‌های تجاری به طور گسترده‌تری نمايش داده شد و توزیع آن به طور بکنایه ترین صورت گرفت. به یک حوال این پژوهش نشان دهنده

تغییراتی عده‌ای شاخصی همان‌گونه تنوع در بین کشورها یکدیگر می‌باشد. برای مثال، در مقابل مقایسه با یکی از STVL برابر با ۸۴ درصد برنامه ۱ برابر با ۸۰ درصد و برای شبکه ۱ درصد این مقدار مربوط به این شاخص برای آمریکا و کانادا بین‌مرجع سطح متوسط تنومند بود (۱۰ درصد در این شبکه PBS و CFTM کانادا).

۶۵ درصد برنامه شبکه

طرح بین‌المللی سنجش کیفیت برنامه‌های تلویزیونی از جنبه‌های گوناگونی مهم و بررسی

ارزیابی شده است. نخست اینکه ضمن تحلیل مفهومی و سنجش انتقادات اندوزئیگیره راهی تنوع، برای

انجام تحقیقات آینده، رهنمودهای گالب و مفیدی در انجام محققان مورد بررسی گرفته است. روش‌شناسی

این تحقیق را می‌توان به طور گسترده‌تر در موقعیت‌های دیگر نیز به کار برد. دوم اینکه این طرح با
اراده یک وقایع یک بالمیلی، تحلیل‌های مقایسه‌ای متعددی را در این زمینه برنامه‌ریزی است و سوم این‌که این پژوهش ضمن تهیه مجدد این فرض که در بسیاری از کشورها، تلویزیون‌های عمومی با تواید و پخش دامنه کسب‌هایی از برنامه‌های نقش مهمی در تلویزیون ایفا می‌کنند، خود باعث برنامه‌ریزی مباحث جدی در مورد سیاست‌های تهیه و پخش برنامه‌های تلویزیونی شده است با این حال می‌توان انتقادات زیر را نیز بر آن مرتبط دانست:

۱. این طرح یک مطالعه بین‌المللی بود که فقط برنامه‌های یک هفته را در بر می‌گرفت. از آنجا که این روش می‌توانست تغییرات جداول پخش را در یک دوره طولانی مدت مورد بررسی قرار دهد، می‌بایست نتایج را با اساس داده‌های به دست آمده از یک مطالعه طولی تدوین می‌کرد: همانند پژوهش دونیک وبیورس (۱۹۷۱)، واشتیک و آدامز (۱۹۸۵) و لین (۱۹۹۵).

۲. به رغم اخذا یک روش جامع و دقیقه‌ای، این طرح نسبت به عوامل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و تاریخی یک برنامه‌سازی در هر کشور را تحت تاثیر قرار می‌دهد، بی تفاوت مانده است.

۳. تحلیل گروه‌گونی سیستم در این طرح (تنویع افقی نشانه) بیشتر بر تکرار نتیجه بررسی شبکه بیشتر توجه شده است. این طرح ضمن آن‌که بیانگر نقش بیشتر شبکه‌های دولتی در ترکیب کلی مجموعه برنامه‌های آن که را یادآوری می‌کند که تحلیل افقی قبلاً توان اطلاعات زیادی در مورد تنش به دست دهند. بین تریب و این طرح، تقریباً به طور کامل گوناگونی کلی برنامه‌ها را در بین شبکه‌های ناضد گرفته است اما در حال اطلاعات معنی‌دار را نمی‌پذیرد عمکر کلیت سیستم فراهم آورده است. به عبارت دیگر این طرح، این امکان را نمی‌دهد که یک ترکیب کارآمد از شبکه‌های دولتی و خصوصی نسبت به شبکه‌های دولتی صرف می‌تواند برنامه‌های متنوع‌تری تهیه و پخش کند. با اینکه یک سیستم چند شبکه‌ای می‌تواند نسبت به یک شبکه منفرد تنویع کلی بیشتری داشته باشد.

انتقادات دیگر روشن‌شناختی به طرح بین‌المللی سنجش کیفیت برنامه‌ها بیانگر این است که بررسی‌های انجام‌شده در این طرح از گوناگونی برنامه‌ها تنها با یک مقياس واحد صورت گرفته که همان شاخص پرانتکنی نسبی است و بنابراین با نکته بر آن نمی‌توان نتیجه گرفت که ترکیب شبکه‌های دارای تنویع افقی باید می‌تواند با رفتار تنویع در سیستم را بسیار بهتر بررسی کند. برعكس تنویع عمودی بیشتر در هر شبکه ممکن است به تکرار انجام‌شده و تنویع کلی در بین شبکه‌ها را کاهش
روش شناسی چندمیانگیس سنگین تنوع

ابعاد تنوع

همانطور که قبل اشاره شد، تنوع یک مفهوم چند بعدی است، اما در اینجا، یک مفهوم به "تنوع انتخاب" برنامه‌ها یادشده که بر حسب کونه‌های برنامه‌ای در دسترس متغیر اندازه‌گیری می‌شود. بنابراین این مفهوم بیشتر در گیرندگی تنوع زانر انتخاب است (هیل و رزبیگر، ۱۹۹۱، کامپرا، ۱۹۹۰). در این نوشته، تنوع انتخاب از طریق تمرکز بر انتخاب محتمل برنامه‌ها در شکل‌های مختلف استفاده از چندین میانگیس موثر مکمل مورد بررسی قرار می‌گیرد. با این روش که چندگانه عمودی و افقی تنوع با یک مدل می‌شود، هم تنوع برنامه‌ها در یک شبکه منفرد و هم تنوع برنامه‌ها در کلیت سیستم یا بنگاه رسانه‌ای مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. همچنین در این روش، این امکان فراهم می‌آید که تفاوت‌ها و اختلاف‌ها بین شبکه‌ها از وسیعی‌تر شود و گزینه‌های هم زمینه که توسط سیستم انجام‌شده را در دو سطح اندام‌گیری می‌شود:

۱. در شبکه‌های منفرد، تنوع محتوای برنامه‌ها با استفاده از شاخص پراکندگی نسبی، سنگین‌ده‌ای می‌شود (تنوع شبکه) این مسئله بیانگر این است که چگونه پخش برنامه در یک شبکه، یک کنونت با ناهماهنگی است. می‌توان از شاخص اصلی دیگر برای مقایسه بین شبکه‌های مختلف شاخص اختلاف است که شبکه‌ها در محدوده‌ی دید اختلاف بین برنامه‌های پخش شده روی شبکه در یک زمان واحد است.

۲. در مورد سیستم‌های بنگاه رسانه‌ای چندشبکه، تنوع محتوای برنامه‌های شبکه‌ها با استفاده از شاخص پراکندگی نسبی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. همچنین تنوع سیستم را می‌توان به عنوان یک مقياس مختصر از کل برنامه‌های اندام‌گیری در بین شبکه‌ها محاسبه کرد (تنوع سیستم).

روش محوری دیگر برای سنگین تنوع سیستم، محاسبه تعداد انواع برنامه‌های است که به طور هم‌
鸚翼 در مسئولیت عموم قرار دارند و با استفاده از شاخص «گزینه انتخاب» انتزاع گری می‌شوند. در ادامه، این مقياس‌ها تعريف شده و فرمول‌های رياضي مربوط به آنها ارائه خواهد شد.

شاخص پراکنگی نسبی (H)

شاخص پراکنگی نسبی عبارت است از مجموعه احتمالات مربوط به پخش زانوهاي مختلف در تلوژیون، پراکنگی نسبی بالا در یک شبکه به معنی احتمال بالا برای دسترسی به همه باخش اعظمی از انواع برنامه‌هاست. هر چه این زانوها بیشتر در خروجوی تلوژیون ارائه شده و به طور یکنواخت‌تر در جداول پخش برنامه‌ها توزیع شده باشد، نمرو پراکنگی نسبی آنها بیشتر خواهد شد. پراکنگی نسبی بیشتر به معنی داشتن تنوع بیشتر است.

برای محاسبه این شاخص ابتدا باید پراکنگی مطلق Habs برای هر بخش برنامه‌های ثابت شده به دست آورد.

\[ Habs = \text{Pilog2Pi} \]

در اینجا نوع پراکنگی است که توسط شانون و بوئر (1962) تعريف شده است. پراکنگی است که به هر زانر برنامه‌ای داده می‌شود. با این حساب از طریق تقسیم مقدار معامله‌بندی شده به دست H (Hmax = Log2N) می‌آید که در اینجا N تعداد برنامه‌های زانرهای با مقولة‌های مورد استفاده است.

\[ H = \frac{Hmax=Log2N}{2} \]

پراکنگی نسبی H بین صفر و یک متغیر است. پراکنگی صفر، پراکنگی حداکثر دارای توزیع (حداکثر مقدار قرار گرفته همه محتوای در یک مقولة) و عدد یک، میانگین حداکثر توزیع (همه مقولة‌ها به طور مساوی ارائه شده‌اند). هر چه عدد لگاریتمی این شاخص کوچکتر باشد نمره بیشتری به دست خواهد آمد. مشکل وقتی رخ می‌دهد که مقدار این عدد افزایش یابد. همانطور که هیل و دیگران (1977) اشاره کردند، افزایش پراکنگی نسبی از 85 درصد به 90 درصد بسیار مشکل است. آنان یک مقیاس رتبه‌ای نیز برای تبیین مقادیر شاخص پراکنگی نسبی پیشنهاد کردند. (هیل و دیگران، 2004):

بسیار پایین: 0.0-0.1
<table>
<thead>
<tr>
<th>بسیار بالا</th>
<th>80%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>بالا</td>
<td>70%</td>
</tr>
<tr>
<td>متوسط</td>
<td>60%</td>
</tr>
<tr>
<td>پایین</td>
<td>50%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


برتری شاخه پراکنده نسبی در این حفظیات نهفته است که با استفاده از آن می‌توان هم تعداد مواد مغناطیسی پخش شده و هم تمرکز موضوع درون این مواد را مورد بررسی قرار داد. در مقایسه با HHI، شاخه پراکنده نسبی حساسیت کمتری به تعداد مواد مغناطیس استفاده شده دارد. در عوض این شاخه نسبت به تمرکز در برنامه‌ها و قانون‌ها به سرعت و اکتشاف نشان می‌دهد (کامبر، 1992). علیرغم این همبستگی، شاخه پراکنده نسبی و طوری که وقتی شاخه پراکنده نسبی مقدار تغییر بیشتر را در نبرد بالا و تغییر کمتر را در نبرد بالا یادگیری محسوب می‌کند، HHI تغییر بیشتر را در نبرد بالا و تغییر کمتر را در نبرد بالا بر حسب این شاخه به دست می‌دهد (نگاه کنید به لینمن و هارگوا).

شاخه اختلاف (A)

این مورد را اندازه‌گیری می‌کند که حساب یک شبکه بر حسب انواع برنامه‌های پخش شده تا چه حد از محتوای شبکه‌های دیگر مقایسه است. از طریق ریاضی این شاخه را می‌توان با تغییر درصد زمان P هر زائر ارائه داده که یک شبکه (PiA) از مقدار متناژ

\[ D = PiA - PiB \]

و جمع قدر مطلق تفاوت‌ها به دست آورده شبه‌گیر (PiB)
هر چه مجموعه تفاوت‌ها بیشتر باشد، اختلاف بین شبکه‌ها نیز بیشتر خواهد بود. حداکثر ریاضی این شاخص که نشان‌دهنده عمودی ت نوع است، عدد 2 و حداکثر آن عدد صفر است. در اینجا چه تفاوت نشانی را ایفا نمی‌کند. تنها میزان تفاوت می‌شود. بر مبنای تجربه قبلا استفاده از این شاخص (برای مثال دورنگیک و پیرس، 1976؛ هلم، و سانسور، 1994) مقياس زیر برای تبیین نتایج پیشنهاد می‌شود:

- اختلاف بسیار بالایی: 0/19
- اختلاف بالایی: 0/20
- اختلاف متوسط: 0/29
- اختلاف بالا: 0/30

تأکید بر این نکته بسیار ارزشمند است که این مقياس تنها دو شبکه را در یک زمان مورد بررسی قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، شاخص اختلاف نشان می‌دهد که شبکه‌ها تا چه اندازه به هم شبیه‌بوده یا یا هم اختلاف دارند. به هر حال این شاخص می‌تواند به صورت افقی نیز مورد استفاده قرار گیرد و با به دست آوردن میانگین اختلاف بین شبکه‌ها در یک دوره زمانی، تنوع افقی آنها را مورد محاسبه قرار دهد. هر چه میانگین اختلاف بالاتر باشد مشابهت بین شبکه‌های یک سیستم یا بنگاه رسانه‌ای بیشتر کاهش می‌یابد.

شاخص گزینه انتخاب (A)

شاخص گزینه انتخاب (A) نشان‌دهنده میانگین مقدار شوق و یا جاگذرنی‌های برتراندهای هم زمان در یک فاصله 15 دقیقه‌ای است. به عبارت دیگر، این شاخص نشان می‌دهد که بین ندهد که فاصله 15 دقیقه‌ای به طور هم زمان به چند نوع برنامه دسترسی دارد. از آنجا که این بررسی بر برنامه‌های پخش شده یا شبکه متمرکز است. حداکثر 4 برابر با 4 همه گزینه‌های برنامه‌ای نشان‌دهنده انتخاب مختلف برنامه ا است) و حداکثر آن برابر با 1 است (همه برنامه‌ها در یک مقوله قرار دارند). برای توضیح این نتایج می‌توان از مقياس زیر استفاده کرد:

- تنوع بسیار: 0/29
- تنوع کم: 1/19
گسترده‌گی در برابر تفاوت

شاخه‌های تنوع برنامه‌ها در شکل زیر ارائه شده است. در حالت که تنوع شبکه و تنوع سیستم
گسترده‌گی برنامه‌های پخش شده را نشان می‌دهد، شاخه‌های «اختلال» و «گریزه‌های انتخاب»
اطلاعات منفی در مورد تفاوت‌های بین شبکه‌ها فراهم می‌آورند و هر دو جنبه، نقشی جدی در تنوع
کلی برنامه‌های تلویزیونی ایفا می‌کنند.

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخه‌های متفرقه</th>
<th>مجموعه‌ای از پاسخ‌ها</th>
<th>تفاوت‌های جنگی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>شاخه‌های پرپاک‌گشای (H) (تنوع شبکه)</td>
<td>شاخه‌های پرپاک‌گشای (H) (تنوع سیستم)</td>
<td>تفاوت‌های جنگی</td>
</tr>
<tr>
<td>شاخه‌های اختلاف بین شبکه‌ها (D)</td>
<td>شاخه‌های انگیزه انتخاب (A) (تعداد انتخاب‌های هم زمان انتهای برنامه‌ها)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

کاربرد روش چندمقیاسی

در این نوشته، آزمون چند مقیاسی برای بررسی جدال بخش تلویزیون‌های فنلاند مورد
استفاده قرار گرفته است. این کشور، در طول دهه ۱۹۹۰ به بازنگری و سازماندهی مجدد بناهای
پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی پرداخته است. مطالعات متعدد نشان می‌دهد که این تغییرات به
افزایش رقابت بین شبکه‌های تلویزیونی فنلاند منجر شده است (نگاه کنید به هلم، ۱۹۶۷ و ۱۹۶۹؛ لو
و آل، ۱۹۶۷). (به طور سنتی فنلاند، الگوی متعادل از پخش برنامه‌های تلویزیونی دارد که هم خدمات
عمومی و هم خدمات اختصاصی را دربرمی‌گیرد).

برای بیشتر به کارگری این روش، مجموعه داده‌های شامل جدال بخش برنامه‌های تلویزیونی در
طول ۲۶ هفته فلسطین ۱۹۸۸ و ۱۹۹۶ مورد استفاده قرار گرفت. این دوره در برگیرند تغییرات
اساسی در نظام بخش تلویزیونی فلسطین بود که در آن صنعت تهیه و پخش برنامه‌ها مورد بازنگری

قرار گرفته و مجدداً سازماندهی شد. نموده تحقق شمارت ۴ هفته از برنامه‌های پخش شده و بانک‌های TV3/MV3, TV2/YLE2, V1/YLE1, PTV1/YLE1، TV1/YLE1، و PTV2/YLE2 بود. واحد تحلیل در این مطالعه برنامه‌های بود و هر یک از برنامه‌ها بر حسب مدت زمان آن مورد اندازه‌گیری قرار می‌گرفت. این برنامه‌ها در ۱۵ مقطع زیر طبقه‌بندی می‌شوند: ۱. اخبار. ۲. مسایل روزمره. ۳. برنامه‌های تفریحی. ۴. برنامه‌های مسند. ۵. برنامه‌های آموزشی. ۶. برنامه‌های نمايشی. ۷. فیلم‌های سینمایی. ۸. مجموعه‌های تلویزیونی. ۹. موسیقی. ۱۰. مسابقه‌های تلویزیونی. ۱۱. میزبان (تاک شو). ۱۲. ورزشی. ۱۳. برنامه‌های ورزشی. ۱۴. برنامه‌های کودکان. ۱۵. برنامه‌های پیش‌بازار با استفاده از روش چندمقداسی بی‌شناختی شده در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند. ۱۶. نتایج به دست آمده را به طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول ۱- ت نوع شبکه و نوع سیستم ۱۹۸۸-۱۹۹۶

<table>
<thead>
<tr>
<th>تحویل</th>
<th>میانگین</th>
<th>۱۹۸۸</th>
<th>۱۹۸۹</th>
<th>۱۹۹۰</th>
<th>۱۹۹۱</th>
<th>۱۹۹۲</th>
<th>۱۹۹۳</th>
<th>۱۹۹۴</th>
<th>۱۹۹۵</th>
<th>۱۹۹۶</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>TV1/YLE1</td>
<td>۰.۹۳</td>
<td>۰.۹۳</td>
<td>۰.۹۲</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۰</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۸</td>
<td>۰.۹۰</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۱</td>
</tr>
<tr>
<td>TV2/YLE2</td>
<td>۰.۸۹</td>
<td>۰.۸۹</td>
<td>۰.۸۷</td>
<td>۰.۸۶</td>
<td>۰.۸۶</td>
<td>۰.۸۹</td>
<td>۰.۸۹</td>
<td>۰.۸۸</td>
<td>۰.۸۴</td>
<td>۰.۸۷</td>
</tr>
<tr>
<td>TV3/MV3</td>
<td>۰.۷۶</td>
<td>۰.۷۶</td>
<td>۰.۷۹</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td>۰.۸۳</td>
<td>۰.۸۳</td>
<td>۰.۸۴</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td>۰.۸۳</td>
<td>۰.۸۱</td>
</tr>
<tr>
<td>PTV</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۰.۷۵</td>
<td>۰.۶۳</td>
<td>۰.۶۹</td>
<td>۰.۶۴</td>
<td>۰.۶۴</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td>۰.۶۹</td>
</tr>
<tr>
<td>System diversity</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۲</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۱</td>
<td>۰.۹۲</td>
<td>۰.۹۰</td>
<td>۰.۹۰</td>
<td>۰.۸۹</td>
</tr>
</tbody>
</table>
جدول ۲- اختلاف و تفاوت بین شبکه‌ها، ۱۹۸۸-۱۹۹۶

<table>
<thead>
<tr>
<th>اختلاف با</th>
<th>تفاوت شبکه‌ها</th>
<th>۱۹۸۸</th>
<th>۱۹۸۹</th>
<th>۱۹۹۰</th>
<th>۱۹۹۱</th>
<th>۱۹۹۲</th>
<th>۱۹۹۳</th>
<th>۱۹۹۴</th>
<th>۱۹۹۵</th>
<th>۱۹۹۶</th>
<th>۱۹۹۷</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>TV1/YLE1</td>
<td>vs TV2/YLE2</td>
<td>۰.۳۹</td>
<td>۰.۳۶</td>
<td>۰.۵۶</td>
<td>۰.۳۸</td>
<td>۰.۴۸</td>
<td>۰.۵۸</td>
<td>۰.۵۱</td>
<td>۰.۶۲</td>
<td>۰.۵۹</td>
<td>۰.۰</td>
</tr>
<tr>
<td>TV1/YLE1</td>
<td>vs TV3/MTV3</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td>۰.۷۹</td>
<td>۰.۸۱</td>
<td>۰.۶۹</td>
<td>۰.۷۳</td>
<td>۰.۶۶</td>
<td>۰.۷۳</td>
<td>۰.۶۷</td>
<td>۰.۷۰</td>
<td>۰.۰</td>
</tr>
<tr>
<td>TV1/YLE1</td>
<td>vs PTV</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۰.۹۹</td>
<td>۱.۱۱</td>
<td>۱.۱۲</td>
<td>۱.۰۸</td>
<td>۱.۰۲</td>
<td>۱.۰۰</td>
<td>۰.۹۷</td>
<td>۱.۱</td>
</tr>
<tr>
<td>TV2/YLE2</td>
<td>vs TV3/MTV3</td>
<td>۰.۷۸</td>
<td>۰.۶۷</td>
<td>۰.۶۹</td>
<td>۰.۶۴</td>
<td>۰.۶۴</td>
<td>۰.۵۴</td>
<td>۰.۵۸</td>
<td>۰.۵۷</td>
<td>۰.۵۱</td>
<td>۰.۴۸</td>
</tr>
<tr>
<td>TV2/YLE2</td>
<td>vs PTV</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td>۱.۰۰</td>
<td>۰.۹۸</td>
<td>۰.۷۵</td>
<td>۰.۶۷</td>
<td>۰.۷۲</td>
<td>۰.۷۴</td>
<td>۰.۰</td>
</tr>
<tr>
<td>TV3/MTV3</td>
<td>vs TV3/MTV3</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۰.۸۹</td>
<td>۱.۱۳</td>
<td>۰.۹۹</td>
<td>۰.۸۱</td>
<td>۰.۶۹</td>
<td>۰.۷۸</td>
<td>۰.۸۹</td>
<td>۰.۰</td>
</tr>
<tr>
<td>Average deviation</td>
<td></td>
<td>۰.۶۳</td>
<td>۰.۶۱</td>
<td>۰.۷۷</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td>۰.۸۰</td>
<td>۰.۷۴</td>
<td>۰.۷۰</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td>۰.۷۳</td>
<td>۰.۰</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول ۳- میانگین تعداد گزینه‌های انتخاب، ۱۹۸۸-۱۹۹۶

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>۱۹۸۸</th>
<th>۱۹۸۹</th>
<th>۱۹۹۰</th>
<th>۱۹۹۱</th>
<th>۱۹۹۲</th>
<th>۱۹۹۳</th>
<th>۱۹۹۴</th>
<th>۱۹۹۵</th>
<th>۱۹۹۶</th>
<th>۱۹۹۷</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>(۲.۲۶)</td>
<td>(۲.۲۳)</td>
<td>۲.۷۸</td>
<td>۲.۸۲</td>
<td>۲.۸۳</td>
<td>۲.۸۴</td>
<td>۲.۸۶</td>
<td>۲.۸۰</td>
<td>۲.۸۲</td>
<td>۲.۸</td>
<td>۲.۸</td>
</tr>
<tr>
<td>(۲.۳۰)</td>
<td>(۲.۳۲)</td>
<td>۲.۸۴</td>
<td>۲.۷۷</td>
<td>۲.۸۳</td>
<td>۲.۸۹</td>
<td>۳.۰۲</td>
<td>۲.۹۵</td>
<td>۲.۹۱</td>
<td>۲.۹</td>
<td>۲.۸</td>
</tr>
<tr>
<td>(۲.۲۳)</td>
<td>(۲.۱۱)</td>
<td>۲.۶۹</td>
<td>۲.۸۹</td>
<td>۲.۸۲</td>
<td>۲.۷۸</td>
<td>۲.۶۴</td>
<td>۲.۶۱</td>
<td>۲.۶۹</td>
<td>۲.۷</td>
<td>۲.۷</td>
</tr>
</tbody>
</table>

بحث و نتیجه‌گیری
نوشتار حاضر، ضمن تأکید بر این نکته که "تنوع" برنامه‌های تلویزیونی را با یاد از زوایای گوناگون بررسی کرد، با ارائه تصویری فراگیر از تغییرات برنامه‌های با ترکیب میزان‌های استفاده شده در مطالعات مربوط به سیاست‌های رسانه‌ای، نوعی از روش‌شناسی را در بررسی "تنوع" ارائه می‌دهد که برای آزمون، آن را در مورد برنامه‌های تلویزیونی کرد نباند به کار برد است. این مطالعه مدعی است که رویکردهای مشابه در بین مطالعات مربوط به سیاست‌های رسانه‌ای که از انداده توزیع زائرهای برنامه‌های به عنوان میزان میزان استفاده می‌کنند، قادر به رو.
بررسی فراگیر، جامع و معنی‌انگیز این دو مفهوم نیستند و تبیین تغییرات را همچنان می‌باشد باقی می‌گذارد. همچنان در این نوشتار پیشنهاد شده است که شاخص‌های ریاضی مقایسه بین برنامه‌ها در دوره‌های مختلف را ممکن می‌سازند و باعث نظارت ویژه اطلاعات می‌شوند. از دیگر انگایشات وارد به مطالعات قبلی این است که آنها به رغم استفاده از روش‌های معنی‌انگیز، معمولاً تنها به یک شاخص و یا صرفاً یک بعد تنوع متمرکز دارند. به منظور پربرزی از این مسئله، نوشتار حاضر با استفاده از مقیاس‌های موازی، کستردیگی و نامگونی تهیه و پخش برنامه‌ها در یک شبکه و تفاوت‌های موجود بین شبکه‌ها را مورد بررسی قرار داده و روانکردن فراگیر به بررسی «تنوع» نشان می‌دهد. همچنین در این تحقیق تأکید شده است که بررسی تنوع نیازی صرفاً بر شبکه‌های متعدد متمرکز شود بلکه باید به حساب آورد که این نشستگان下方 دارم بررسی قرار گیرد تا امکان سنجش «تنوع» در سازمان‌ها و بناهای تلویزیونی وندش‌بک‌های فراهم آید. در این مطالعه مورد اشاره این نشستگان می‌دهد که ابعاد گوناگون تنوع می‌تواند وابسته و یا مستقل از یکی یا دو بهشت باشد. به عبارت دیگر، با وجود افزایش تنوع در همه شبکه‌های یک سیستم / بناه رسانه‌ای، تنوع کلی متفاوت آمد برای مخاطبان ضرورتاً رشد نمی‌یابد. همچنین با وجود آنکه افزودن شبکه‌های جدید، انتخاب‌های جدیدی را فرا روبه مخاطبان قرار می‌دهد در عمل، تعداد انتخاب‌ها به نیازهای مختلف وابسته می‌باشد. بنابراین چهار مقیاس پیشنهاد شده در این مقاله، به طور مکمل می‌توانند در بررسی جنبه‌های تنوع مورد استفاده قرار گیرند.

در پایان، ذکر این نکته ضروری است که تنوع برنامه با اصولاً تنوع تلویزیون علاوه بر اینکه از جنبه‌های نرم‌افزاری تهیه و پخش برنامه‌ها تأثیر است، تابعی از پیشرفت‌های فناوری نیز به شمار می‌رود. در سال‌های اخیر، رشد فرا замدیجیتالی شدن، اکوئالی کلی تهیه و پخش برنامه‌های تلویزیونی را نگفیت‌های خدمات می‌دهد. این امر نشان داده که به توجه در بررسی «تنوع» با پرده‌گیری تنوع جنبه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری رسانه‌های مورد توجه قرار داد.

منبع
نظرات و ارزیابی در حوزه پژوهش

سیده فاطمه محتی
کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی

اشاره

نظرات و ارزیابی در کلیه امور موضوعی است که اگر با دقت و ریزینی پیگیری و اعمال نشود، ممکن است مسئله‌ی را که پرای‌رسیدن به یک هدف پایید می‌شود طولانی‌تر کند و یا آن را به انحراف کامل بکشاند و موجب به هدر رفتن وقت، سرمایه و نیروی انسانی شود. در امور پژوهشی نظرات و ارزیابی به میزان بیشتری مورد نیاز است و اگر این پژوهش در زمینه‌ی مسائل اجتماعی باشد، در امروز نظرات بر پژوهش‌ها و در نهایت ارزیابی آن باید با اختیاره‌ی هر چه بیشتر عمل گردد. نظرات دقیق در امر پژوهش موجب می‌شود که بایته‌های پژوهش بدون سوگیری، دارای جنبه‌ی علمی، اصولی، عینی، اخلاقی و بروخدار از پیایی، روانی و قابلیت تعیین باشند. در امر ارزیابی نیز اگر ارزیابی‌ها دارای توان علمی و تخصصی باشند و حب و غضی‌های شخصی را کنار بگذارند به طور قطع این توان وجود خواهد داشت که تحقیقات مانندی و کاردی به جامعه علمی کشور ارائه شود و محققان ما می‌توانند ترجمه‌هایی در ارتباط باهم نشانه‌هایی دیگران ناچسبد.

نظرات و ارزیابی یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین ارکان نظام مدیریت محسوب می‌شود که در راهبردی است. استحکام و اعمال صریح مدیریت نقش اساسی و تعیین‌کننده‌ای افزایش می‌کند. این امر در حوزه پژوهش با هدف سامان بخشیدن به تحقیقات، دستیابی به درک صحیح از توانمندی‌ها و امکانات، تشخیص نارسایی‌ها و کمبودهای پژوهشی، شناخت نقاط ضعف و قوت برمانده اما و سیاست‌های تحقیقاتی، بهبود سازی مراکز تحقیقاتی و تقویت توان علمی پژوهشگران انجام می‌گیرد و
تصمیم‌گیران، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاران پژوهشی را در جهت نیل به اهداف و افزایش بهره‌وری
یاری می‌دهد.

فرآیند ارزیابی ماهیتی فاین‌لندی ذهنی است که به مبنای نوعی داوری و بر اساس تشخیص
کیفیت‌ها صورت می‌گیرد. الیه از انجا که هر سازمانی به فراخور نیازها، امکانات و توافقات های خود
به این امر اقدام کند، کیفیت و روش ارزیابی از یک زمینه به زمینه دیگر و از یک سازمان به
سازمان دیگر توازن می‌یابد. اما اصول و کلیاتی بر ارزیابی و نظرات حاکم است که از جمله وجوه
اشتراک و مورد توانایی محسوب می‌شود. نحوه ارزیابی دستاوردی و تعیین اعتبار و توان علمی
پژوهشگران تا حدود زیادی به چگونگی کارکرد علم و آموزش در جامعه بستگی دارد. (1) در برخی
شرایط ویژه، انجام ارزیابی و نظرات با معنی‌های و موانعی مواجه است که در زیر به برخی از
آنها به طور اجمالی اشاره می‌شود:

1. برداشت‌های منفی پژوهشگران و محققان از ارزیابی: بیان ممکن که برخی از افراد، ارزیابی
و نظرات را راهی برای سلسله پژوهشگران و دخالت در زندگی خصوصی آنها می‌دانند.

2. اثر مالی‌ای از ارزیابی و ارزیابی‌های دیگر مفهوم

انجام تداهنده نظرات و ارزیابی در گروه‌سازمان‌دهی و تعیین
اصول و سیاست‌های نظرات، اهداف،
ضواب‌ها، روشهای کاری و کاربرد
نتایج در می‌باشد است.

3. اثر آسان‌گیری در ارزیابی‌های (Leniency Effect)

4. سخت‌گیری و جهت‌گیری منفی در ارزیابی‌ها (به
پیش‌دهی‌های منفی در ارزیابی، وزن بیشتری تعلق گیرد)

5. قضاوت غیر منصفانه (مولفیت فرد به عوامل بیرونی و شکست‌آور به عوامل درونی و ذاتی
او نسبت داده می‌شود)

6. غیرمحدود دانستن ارزیابی‌ها و صورتی و ظاهری شمردن نظرات

7. محدود بودن ارزیابی‌ها و غیرعلیکی دانستن آن‌ها

8. جهت‌گیری خاص به با جای عدم بی‌طرفی و ارجحیت دادن به دوستان و نزدیکان و
نامردگی آن عدم توانایی کافی ارزیابی‌ها و عدم تسلط علمی آنان به حوزه مورد نظرات و

9. ارزیابی

10. دخالت دادن ملاحظات شغلی مالی در نظرات و ارزیابی‌ها (3)
۱۱. تقلیل کرایه و تعمیم بی‌مورد
۱۲. عدم پایبندی و اعتماد به صحت نتایج ارزیابی‌ها
۱۳. عدم روایی و جامعیت فرایند ارزیابی
۱۴. نفوذ پیش‌داری، افکار قابلی، منفی‌گری و عادد در ارزیابی
۱۵. عدم رعایت اصول و اخلاق حرفه‌ای، عینی کرایه و واقع‌کرایه
۱۶. علی‌نبوی نتایج ارزیابی‌ها
۱۷. محرمانه‌نامندگی ارزیابی‌های ارزیابی‌پژوهشگران

با دقت در موارد فوق می‌توان اذعان داشت که انجام تشکیلی و سودمندی نظرت و ارزیابی در گرو ساماندهی و تعیین اصول و سیاست‌های نظارتی، اهداف، ضوابط، روشهای، شاخص‌ها و کاربرد نتایج در حیطه عمل است. بدین لحاظ، به نظر می‌رسد که سنجش و ارزیابی‌پژوهش در حوزه پژوهش، در سه سطح پژوهشگر، پژوهش و محیط پژوهش قابل طرح و بررسی است و مسلماً انجام مراحل جمع‌آوری اطلاعات، جزئی و تحلیل اطلاعات و در نهایت تصمیم‌گیری و اتخاذ روش مناسب نیز با توجه به نتایج حاصله در تمامی سطوح مورد اشاره قابل اجرایت که ضرورتی می‌پایست به دقت تمام انجام پذیرد.

۱) سنجش و ارزیابی پژوهشگران

۱-۱) ارزیابی خصوصیات پژوهشگر

ارزیابی پژوهشگر به معنای سنجش میزان و چگونگی بهره‌وری او و یا قضاوت در خصوص بازده کاری، آثار، خصوصیات و هنجاره‌ها علمی اوست. از آنجا که مقیاس مهم‌ترین رکن پژوهش است بررسی و ارزیابی ویژگی‌های او اهمیت بسیار دارد. ضمن آنکه اثربخشی تحصیل نیز به روحیه و شخصیت محققانه پژوهشگر وابسته است. اما پیش از اقدام به تحقیق و سنجش، ابتدا با یک مشتری عوامل سلیقه و ایجابی شخصیت محقق را با توجه به وظیفه او بررسیم:
الف) عوامل ایجابی

یکی از ویژگی‌های ضروری محقق درون فکتی (Internal Locus of control) یا گراش به درونی داشتن علی و اسبابوفقیت و شکست در پروژه‌های علمی است (برای نمونه، مؤثر دانستن ضعف
یا توانایی و سخت کوشی خود)، محقق اثرات خوش نباید پیروی‌ها یا شکست‌ها را فراترکن کرده و
مواردی مانند عدم کمک دیگران، اقبال بود و را در کار خود مؤثر بداند. روحیه، اعتماد به نفس بالا،
پشنگار، نظم، تحلیلگری، کنکاوی، تحلیل پسندی، و جدای کاری، استقلال فکری و خلاصیت از جمله
عوامل ایجابی شخصیتی یک محقق است. از نظر «بارون» عنصر خلاصیت از طریق ۲۰ عامل مشخص
می‌شود، برخی از آنها به اختصار عبارتند از:

- توانایی بیان ایده‌ها و صورت‌بندی مجدد یا بازپویاری آنها به گونه مطلوب
- توانایی ارائه ایده‌های بکر و متون‌گر
- توانایی برگشت‌گیری در شدن از دیگران
- توانایی تجزیه و تحلیل اطلاعات و نادیده‌گرفتن و کیفی
- توانایی استقبال از مشکلات و تعقیب آنها

ب) عوامل سلبی

از جمله خصوصیات یک پژوهشگر آن است که با باید بر افکار قابلی با افکاری که قضاوت‌ها و
نتیجه‌گیری‌ها در این زمینه انتقال منجر به علم و افکار منجر به علم و افکار منجر به علم و
آزمون‌های شخصیت و روانشناسی شریک شده است.

هر دو سطح ایجابی و سلبی از طریق آزمون‌های شخصیت روان‌شناسی شخصیت و رفتار، قابل
سنجد و ارزیابی است.
در این بخش، اولین سوال به این صورت مطرح می‌شود که دلایل ارزیابی عملکرد پژوهشگر چیست؟ از نظر «کلاگریم» ارزیابی عملکرد یک پژوهشگر می‌تواند به منظور افزایش حقوق و ارتقای تنبیه یا تنش وی، بهبود انتخاب، کمک به پیشرفت کار، ارائه مشورت و ایجاد این گزش و صورت گیرد. 

اما این ارزیابی عملکرد پژوهشگر مستلزم یک تعیین دقیق و منطقی است. از نظر «سردش»، بازدهی علمی، کشف حقایق و اطلاعات جدید، ابداع شیوه‌ها نوین و تلفیق ادراکات و مفاهیم شناخته شده است. ارزیابی عملکرد پژوهشگر، میزان همگرایی اهداف و مقاصد محقق را با اهداف و مقاصد سازمان پژوهشی نشان می‌دهد. نتکه اساسی در ارزیابی عملکرد پژوهشگر معیارهای ارزیابی است که باید دقیق و مشخص بوده و به هر یک از آنها بر حسب اهداف سازمان و اولویت مسائل ضروری تعلق گیرد. در این خصوص انواع سنجه به کار می‌رود.

الف) سنجه بازده کمی

این سنجه رایج ترین ضابطه سنجه بازده محقق است. بر اساس آنچه یکی از فرضیات موجود درباره این ارزیابی بیان می‌دارد، برای مقایسه که دارای تأییدات (مقاله، کتاب) و تحقیقات بیشتری، باشند، با راهنما محسوب می‌شود. از نظر «شوا» (B.T.Shaw) ارزیابی عملکرد بازدهی علمی میزان آموزش و تحصیلات سالانه کاری، یا یافته و موقعیت‌هایی، عنوان و رتبه شغلی، استعداد فیزیکی و شایستگی فردی در ارتباط است. در این سنجه، معمولاً شاخص‌های زیر مطرح می‌شود:

- تعداد مقالات منتشر شده در مجلات علمی و تخصصی
- تعداد مقالات ارائه شده در سمینارها و گردهمایی‌ها
- تعداد پژوهشگر تحقیقاتی تکمیل شده
- تعداد ارائه‌های علمی سالانه به مقالات پژوهشگر
- تعداد کتاب علمی منتشر شده
- تعداد جواز تقدیرنامه‌های دریافت شده

نکته قابل توجه در سنجه کمی، طبقه بنیادی است. در این روش، به هر یک از آثار منتشر شده پس از طبقه‌بندی در رده‌های مختلف و یا اعتبار مناسبی تخصیص داده می‌شود. این روش در واقع بیانگر ارزیابی نسبی هر رده است. اما در این زمینه نیز نقیضی وجود دارد. برای مثال، جایگاه آثار منتشر شده بدون توجه به عامل وزنی و تنها از طریق محتوا و اندیشه‌ها مرتبط با آن محاسبه می‌شود، در حالی که کاربرد مکانیکی عامل‌های وزنی در ارزیابی ممکن است تعبیه، انعطاف‌ناپذیری جدی و
ب) سنجه بزاده کیفی

از نظر «کاسبیرگ» میانی کیفیت کارهای انجام شده توسط پژوهشگر و کیفیت و اهمیت کارهای گزارش شده ارتباط تناگنتی وجود دارد. «تبلور» بر اساس چکیده گزارش‌های پژوهش هر کاهش پژوهش، به این است: سنجه به کیفیت امتیازی رنگ می‌کند. 

- اهمیت گزارش‌های پژوهشی
- ارتباط خصوصی زمانی گزارش‌های پژوهشی
- اینکه و روش‌نی گزارش‌های پژوهشی
- اکسالات و بی‌داد گزارش‌های پژوهشی

معیارهای ارزیابی در مورد تحقیقات شامل بررسی (ویرانه‌ای اتخاذ شده، تکنیک‌های به کار گرفته، فلسفه ویرانه‌ای پیشرفتی محیط و تفسیر نتایج و یافته‌ها به زبان علمی است.

جامعه گزارش‌های پژوهشی

در سنجه بزاده کیفیت کار محققان موارد زیر را نیاز به عنوان تفاوت‌های موجود در اندیشه‌گیری لحاظ کرد: 1) پیشگیری کار 2) میزان نظرات دریافت شده با راهنمایی در حین پژوهش 3) اکتسالات و بی‌داد کار و ناکامی رهنمود 4) صلاحیت علمی گروه همکاران.

از آنجا که فعالیت‌های یک پژوهشگر یا در عرضه انجام حقیقت و یا در عرضه نقد و بررسی یا نظرات بر یک پروژه تحقیقاتی صورت می‌گیرد، معیارهای اثربخشی در حوزه تحقیقات و انجام پروژه نیز شامل بررسی ویرانه‌ای اتخاذ شده، تکنیک‌های به کار رفته، خلق ویرانه‌های پیشرفتی جدید و تفسیر نتایج و یافته‌ها به زبان علمی است. چنانچه در نظرایه تحقیق نیز پژوهشگر نقش رهبری پرورز را بر عهده داشته باشد، سنجه کیفیت وابسته در طریق اهداف پروژه تحقیقاتی و نقش‌های اجرایی با استفاده از منابع پژوهش، سیاست حائز اهمیت خواهد بود.
معیارهای اثربخشی در خصوص وظیفه نقده و بررسی محقق، به میزان دقت او در استفاده از نوشته‌های مربوط به موضوع و وضع و طرافت نقده باز می‌گردد و چنانچه محقق نقش ناظر طرح تحقیقاتی را بر عهده داشته باشد، معیارهای اثربخشی رويکره‌های اتخاذ شده، اعتبار و سودمندی تکنیک‌ها و روش‌ها را نیز شامل می‌شود.

۲ سنجش و ارزیابی محيط پژوهشی

۱ ارزیابی فرهنگ سازمانی محيط پژوهشی

یک محيط پژوهشی باید اهمیت فعالیت و تأکید خود را بر پژوهش‌های پژوهشی از شخص دهد. فرهنگ سازمانی، مخصوصاً منحصراً به فرد هر سازمان است که آن را از ساپر سازمان‌ها متغیر می‌کند و شاخصی است که اعضای سازمان آن را درک کرده، به یکدیگر منتقل می‌کند و برای ارزش قابل می‌شوند. هر گاه فرهنگ سازمانی یک محيط پژوهشی بر پژوهش، بازدهی علمی و اثربخشی تحقیقات تأکید داشته باشد، فضا و شرایط علمی - تحقیقاتی مناسب را حاکم خواهد ساخت. «در» و همکارانش در مطالعه خود نشان می‌دهند که معنی اصلی داشته پژوهش یک سازمان، فقدان تعهد و مسئولیت آن شدید به تحقیق است که خود را به شکل نبود زمان، منابع و امکانات مالی و اجرا برای تحقیق نشان می‌دهد. «کابل» و همکارانش دریافت که صرف آگاهی از ضرورت پژوهش برای اقدام و یا تصمیم گرفتن در این زمینه کافی نیست. لازمه اصلی، تعهد بالا و فراهم بودن امکانات است.

۲ ارزیابی ارتباطات در محيط پژوهشی

در اینجا این سوال مطرح می‌شود که آیا در محيط پژوهشی امکان ارتباط، تبادل اطلاعات، حمایت و درک همدلته و دسترسی به دیگر پژوهشگران وجود دارد؟ Sidermann

می‌دانند و این ارتباطات بر بازده آنها مؤثر است: کنتگری و بهبودی مکرر و منظم با همکاران - کارگاه تخصصی - سیموزیوم، برگزاری کنفرانس‌های کوچک در سازمان و درخواست از همکاران جهت ارائه نظر در مورد طرح‌ها.
۲-۳ ارزیابی منابع و امکانات در محیط پژوهشی

امکانات اساسی تحقق منابعی هستند که فرد تصور می‌کند برای انجام پروژه به آنها نیاز دارد.

این امکانات نیروی انسانی (همکاران، مشاوران، رهبر پژوهش)، زمان، منابع مالی و تجهیزات مطالعه

(کتابخانه، نشریه، کتاب و ...) را شامل می‌شود.

آن‌ها دسترسی به منابع انسانی کارآمد را در کارایی پژوهش می‌دادند. بر این اساس، نیروی

انسانی کارآمد در ایجاد نظیریات جدید، پیش‌تری در پیشرفت و کسب حمایت اجتماعی

تأثیر داشته و موجب هم رأی می‌شود.

برخی از موانع کارایی به فنونه تحقیقاتی، فنونی نیروی انسانی ماهر و فنون منابع مالی و

زمانی باز می‌گردند.

۱. در ارزیابی یک محیط پژوهشی دو نوع ارزیابی مطرح می‌شود:

۱. ارزیابی درونی: آیا مؤسسه پژوهشی به اهداف و رسالت‌های خود دست پایانه است؟

۲. ارزیابی بیرونی: آیا مؤسسه استانداردهای معمول محیط‌های پژوهشی را رعایت کرده است؟

۳. برای سنجه بیرونی، مکان‌های بیرونی سنجش کیفیت علمی مطابع عبارتند از: شایستگی

شناسه‌ها، شایستگی اهمیت و

شایستگی علمی.

کیفیت مورد نظر همان تطبیق نظام مورد ارزیابی با

استانداردهایی از قبل تعیین شده است.

۱۷) سنجه و ارزیابی پژوهش

در حوزه ارزیابی طرح‌های پژوهشی معمولاً در سنجه مطرح است:

- معیارهای درونی که میزان بازدهی، ارتباطی و کارایی تحقیقات سازمان را نشان می‌دهند

و بر اساس آنها می‌توان احتمال یا میزان حصول نتایج علمی، مطلوب و مهم را در راستای اهداف

سازمان بحساب میزان استفاده از منابع، مورد قضاوت قرار داد.

- معیارهای بیرونی که ما را در سنجه اهمیت و ضرورتی و یا ارزشمندی پژوهش و تطبیق

این مطلب که آیا وسعت برون‌داده‌های تحقیق در محدوده سازمان یا خارج از آن است، پاره می‌دهند.
ملاک‌های برپایی سنجش کیفیت علمی مطرح‌شده‌اند: شایستگی فناورانه، شایستگی اجتماعی و
شایستگی علمی. \(^{(18)}\)

در یک تکمیل به‌دیکر ارزیابی پژوهش‌های تحقیق به دو دسته تقسیم می‌شود:

الف) ارزیابی هنگام (ابن ارزیابی هم زمان با آغاز پژوهش انجام می‌گیرد)

1. ارزیابی موضوع (جعبه کرداری، روزمره و کاربردی بودن موضوع دنیای قرار می‌گیرد).

2. ارزیابی اطلاعات: (آیا آمار و اطلاعات علمی، مسئول و معنی‌بوده و به‌زیان علمی بیان
شده‌اند؟ آیا اطلاعات حجمی، کم محتوا و هزینه‌بر هستند؟)

3. ارزیابی پردازش اطلاعات: (اعتبار روش‌های تحقیق، تدوین روش، عدم قضاوت‌اندیشی و
قابلیت تعمیم نتایج، ارزیابی می‌شورد)

4. سنجش و قضاوت به‌هدف: (آیا اهداف کلی و ویژه تحقیق محقق شده است؟ برای رسیدن
به هدف چه اقداماتی صورت گرفته است؟)

5. ارزیابی زمان: (آیا پژوهش در زمان معین به انجام رسیده است؟)

6. ارزیابی هزینه: (آیا هزینه پژوهش به درستی مصرف شده است؟)

ب) ارزیابی پیسن با ارزیابی‌های که پس از تحقیق انجام گیرد (متاسفانه در جامعه ما این
ارزیابی به دلایل فرهنگی-اجتماعی خاص کمتر انجام می‌شود).

ا) ارزیابی تأثیرات تحقیق (تأثیر سنگینی): در اینجا این سوال مطرح می‌شود که پژوهش چه
تأثیراتی داشته است؟ و چه برناهمه‌ای را در این جهت می‌توان اجرای کرد؟ این‌جیه باید به‌رسی

secondary data تأثیرات شوقی مختلف طرح مستلزم داده‌های ثانویه

2. ارزیابی نقاشی و خلاها (نیازمندی): در این ارزیابی خلاء‌ها و نیازهای پژوهشی سنجیده

شده و برناهمه‌ای آن‌هه انجام می‌گیرد.

3. ارزیابی مطلوبیت (مطلوبیت سنگینی): در این ارزیابی نتایج پژوهش با نتایج مورد نظر
سنجیده می‌شود. \(^{(19)}\)

چچمهزاردل فاکس، نیز هفته می‌باید را برای ارزیابی تحقیقات پیشنهاد کرد: است:

- هدف تحقیق با مستقل موجود باید به طور واضح تعیین و به دقت مشخص شود. تا هیچ

نقطه ابتدایی باقی نماند. باید مستقل باشد، شامل تجزیه و تحلیل ساده‌ترین عناصر، حیطه و

محدودیت‌ها و مشخصات دقیق معنی تمام جملات مربوط به تحقیق باشد.
توصیف رویه‌های تحقیق برای آشنایی محقق‌دیگر و به منظور تغییر تحقیق باشید به طور تفصیلی و کافی صورت گیرد و گزارش‌های تحقیقی روشنی که مابع داده‌ها و نحوه دستیابی به آنها را مشخص سازد، آماده ارائه باشند.

برای به دست آوردن نتایج عینی تحقیق، طرح آن باشد به بنیاد برنامه ریزی شده باشد. محقق باشد با صداقت کامل کاسته‌های طراحی روش و برآورد اثر آنها و را بر یافته‌ها بازگر کند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها باشد به اندازه کافی قدرت آشکار ساختن اهمیت آن را داشته باشد و روش‌های تجزیه و تحلیل باشد کاملاً مناسب باشند.

نتایج باشد به داده‌های تحقیق و بر مبنای داده‌ها باشد. محقق باشد در صدد گسترش مبانی منطقی استفاده با استفاده از تجربه شخصی باشد.

تجزیه، اشتیار و امانت شخص محقق باشد به عوامل باشد که قابلیت اطمینان تحقیق را تضمین کند.

شکل ۱- فرآیند سیستم ارزیابی طرح‌های تحقیقاتی

هدف تحقیق

پیام کاسته‌های طراحی روش و برآورد اثر آنها بر یافته‌ها (۴)

نفرت کافی آشکار کردن اهمیت تحقیق از طریق تجزیه و تحلیل داده‌ها (۵)
پی نوشته‌ها

1. لاریجانی، فاضل. نوروزیان، مسعود. ارژیابی دانشمندان و آثار علمی آنان. فصلنامه علمی - پژوهش و سنجش ۸۸-۷۰، شماره ۲۱ ص ۹۵.
2. جهان آرکی و تراپاندیس. اج. سی. میزبانی بر مدریراندازی. انتشارات مؤسسه آموختگی و تحقیقاتی صنایع دفاع، ۱۳۷۶، ص ۲۶۹.
3. لاریجانی، فاضل. ارژیابی دانشمندان و آثار علمی آنان. فصلنامه علمی - پژوهش و سنجش ۸۸-۷۰، شماره ۲۱ ص ۱۰۴.
4. جهان آرکی و تراپاندیس. اج. سی. میزبانی بر مدریراندازی. انتشارات مؤسسه آموختگی و تحقیقاتی صنایع دفاع، ۱۳۷۶، ص ۷۹.
5. انتخاب اسلامی، یوسف. جریان پژوهش کتابی در فرهنگ فرهنگی. مؤسسه بین‌المللی روشنی‌های آمموزش، ۱۳۷۵.
6. جهان آرکی و تراپاندیس. اج. سی. میزبانی بر مدریراندازی. انتشارات مؤسسه آموختگی و تحقیقاتی صنایع دفاع، ۱۳۷۶، ص ۷.
7. انتخاب اسلامی، یوسف. جریان پژوهش کتابی در فرهنگ فرهنگی. مؤسسه بین‌المللی روشنی‌های آمموزش، ۱۳۷۵.
8. انتخاب اسلامی، یوسف. جریان پژوهش کتابی در فرهنگ فرهنگی. مؤسسه بین‌المللی روشنی‌های آمموزش، ۱۳۷۵.
9. انتخاب اسلامی، یوسف. جریان پژوهش کتابی در فرهنگ فرهنگی. مؤسسه بین‌المللی روشنی‌های آمموزش، ۱۳۷۵.
10. انتخاب اسلامی، یوسف. جریان پژوهش کتابی در فرهنگ فرهنگی. مؤسسه بین‌المللی روشنی‌های آمموزش، ۱۳۷۵.
11. انتخاب اسلامی، یوسف. جریان پژوهش کتابی در فرهنگ فرهنگی. مؤسسه بین‌المللی روشنی‌های آمموزش، ۱۳۷۵.
12. انتخاب اسلامی، یوسف. جریان پژوهش کتابی در فرهنگ فرهنگی. مؤسسه بین‌المللی روشنی‌های آمموزش، ۱۳۷۵.
پژوهش و سنجش

16. بلان، کارول. خصوصیات یک محیط پژوهشی بارور. فصلنامه رهیافت، ۱۳۷۶، شماره ۱۵، ص ۷۴.

17. همان. بازرسان، عباس. کیفیت و ارزیابی در آموزش عالی. فصلنامه رهیافت، ۱۳۷۶، شماره ۱۵، ص ۶۲.

18. لاریجانی، فاضل. سرمایه، فصلنامه رهیافت، ۱۳۷۶، شماره ۱۵.


چه کسانی بايد داوری کنند؟
بررسی نظر مردم در مورد اینکه چه کسانی بیشترین شایستگی را برای ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیونی دارند

ترجمه: منیره بورنوروز

کارشناس ارشد و پژوهشگر مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای سازمان صدا و سیما

اشارة

یکی از حوزه‌های مهم رادیو و تلویزیون، ارزیابی کیفیت برنامه‌ها است. کیفیت برنامه‌ پایین است، کیفیت برنامه... با است... این جملات اغلب از سوی کسانی بیان می‌شود که ارزیابی برنامه‌ها را بر عهده دارند. حال پرسش مهم این است که چه کسانی بهتر می‌توانند در مورد کیفیت برنامه‌ها داوری کنند؟ آگاهی از نظریات مردم به ویژه مخاطبان برنامه‌ها در مورد این پرسش امری ضروری است. نوشتهٔ حاضر تحقیقی است که در این پاب در کشور انگلستان انجام شده است.

مقدمه

در سال ۱۹۹۰، قانون پخش برنامه از رادیو و تلویزیون انگلیس نیاز به شرکت‌ها و امتیاز‌هایی داشت که برای پخش برنامه از شبکه ۲ مدیت زمان کافی را به برنامه‌های با کیفیت بالا اختصاص دهد؛ اما اینکه چگونه این کیفیت بايد مورد ارزیابی قرار گیرد؟ روش و قابل فهم نبود. به هر حال چندین ماده از این قانون به این مطلب اشاره داشت که بايد به نظر مخاطبان در مورد چنین موضوعاتی اعتماد کرد. بنابراین قانون «چیزی که برخلاف سلیقه و خوستگی مردم باشد و یا...»
نتیجه احساسات آنان توهین آمیز به شمار آید. نباید در برنامه‌ها گنجانده شود. بنابراین سنگین نظر مردم در مورد برنامه‌ها و نظر انواع برنامه‌هایی که اقتراح مختلف مردم دوست دارند، باید در خدمات مجاز گنجانده شود و به همین دلیل همه شاگرد یک راه ارتباطی کیفیت نظر خواهی از مردم باشد.

نظر خواهی از مردم ممکن است به چندین صورت انجام گیرد. یک راه دریافت «پارک‌های را که به شرکت در نظرسنجی‌ها علاقه دارند و نظر خود را از طریق نگارش و یا ملخص شدن به گروه‌ها مختلف بیان می‌کنند که در جایی با یکدیگر ملاقات کرده و تجارب دیداری خود را در مورد برنامه‌ها گزارش می‌دهند. راه دیگر ممکن است نظرسنجی به طور منظم باشد. فعالیتی که انجام می‌گیرد ویل منتشر نمی‌شود. راههای دیگری نیز به صورت نامشی انجام می‌گیرد. یکی از آنها، نظرسنجی از هیئت منتقدان مطبوعاتی است. گاهی هم نظرسنجی تحت عنوان «صدای صنعت» فقط در کنفرانسها و گردشگاه‌ها صورت می‌گیرد و در آنها به موضوعات مورد به‌حث پاداش و جوایز اعطا می‌شود.

پس چه کسانی باید بر مصداق پاسخ بنشینند؟ در پاسخ به این سؤال، شاید اولین قدم پرشین از مردم باشد که فکر می‌کنند خود باید پاسخا کند. جنبه‌های مختلف این سوال بعداً بازگوش می‌شود.

چنین مسئله که چه معاون‌های باید مورد استفاده قرار گیرد، سوال مرتبط دیگری نیز وجود دارد. آیا انواع مختلف و یا «سبک‌های» برنامه‌ها نیز باید به بهترین وجه توسط گروه‌های مختلف مورد ارزیابی شوند؟ آیا در صورت مثبت بودن جواب، چه‌ها کدام گروه سندی، بهترین داوران برنامه‌های ویژه خود هستند؟ آیا باید از این نظر دهنده‌گان صرف‌نظر کرد (آنها را مدتی نگرفت) و فقط از بزرگسالان به عنوان داور کیفیت برنامه‌های مخصوص کودکان استفاده کرد؟ در صورت مثبت بودن پاسخ سوال قبلی، آیا داوران باید محدود به ولید افراد تحصیل کردند و کارشناسان پرورش و مراقبت از کودکان باشند یا خیر؟ به طور کلی، آیا کسانی که در مورد کیفیت برنامه‌ها پاسخ می‌گیرند، جزئی از برنامه‌های مورد به‌حث علاقه‌مندند یا خیر؟ تحقیق بیشتری گزارش شده در این مقاله برخی از این سوالات را بررسی می‌کند.

روش‌های تحقیقات مربوط به مخاطبان رادیو و تلویزیون، با ارسال سوالاتی برای کودک همواره مورد برسی (در سطح ملی) به آنان توضیح داد: «تصویر کلیدی، گروه جدیدی از مردم برای ارزیابی برنامه‌ها در نظر گرفته شده است و به آنها دفتر یادداشتی داده شده است تا نظرشان را درباره کیفیت

نتیجه احساسات آنان توهین آمیز به شمار آید. نباید در برنامه‌ها گنجانده شود. بنابراین سنگین نظر مردم در مورد برنامه‌ها و نظر انواع برنامه‌هایی که اقتراح مختلف مردم دوست دارند، باید در خدمات مجاز گنجانده شود و به همین دلیل همه شاگرد یک راه ارتباطی کیفیت نظر خواهی از مردم باشد.

نظر خواهی از مردم ممکن است به چندین صورت انجام گیرد. یک راه دریافت «پارک‌های را که به شرکت در نظرسنجی‌ها علاقه دارند و نظر خود را از طریق نگارش و یا ملخص شدن به گروه‌ها مختلف بیان می‌کنند که در جایی با یکدیگر ملاقات کرده و تجارب دیداری خود را در مورد برنامه‌ها گزارش می‌دهند. راه دیگر ممکن است نظرسنجی به طور منظم باشد. فعالیتی که انجام می‌گیرد ویل منتشر نمی‌شود. راههای دیگری نیز به صورت نامشی انجام می‌گیرد. یکی از آنها، نظرسنجی از هیئت منتقدان مطبوعاتی است. گاهی هم نظرسنجی تحت عنوان «صدای صنعت» فقط در کنفرانسها و گردشگاه‌ها صورت می‌گیرد و در آنها به موضوعات مورد به‌حث پاداش و جوایز اعطا می‌شود.

پس چه کسانی باید بر مصداق پاسخ بنشینند؟ در پاسخ به این سؤال، شاید اولین قدم پرشین از مردم باشد که فکر می‌کنند خود باید پاسخا کند. جنبه‌های مختلف این سوال بعداً بازگوش می‌شود.

چنین مسئله که چه معاون‌های باید مورد استفاده قرار گیرد، سوال مرتبط دیگری نیز وجود دارد. آیا انواع مختلف و یا «سبک‌های» برنامه‌ها نیز باید به بهترین وجه توسط گروه‌های مختلف مورد ارزیابی شوند؟ آیا در صورت مثبت بودن جواب، چه‌ها کدام گروه سندی، بهترین داوران برنامه‌های ویژه خود هستند؟ آیا باید از این نظر دهنده‌گان صرف‌نظر کرد (آنها را مدتی نگرفت) و فقط از بزرگسالان به عنوان داور کیفیت برنامه‌های مخصوص کودکان استفاده کرد؟ در صورت مثبت بودن پاسخ سوال قبلی، آیا داوران باید محدود به ولید افراد تحصیل کردند و کارشناسان پرورش و مراقبت از کودکان باشند یا خیر؟ به طور کلی، آیا کسانی که در مورد کیفیت برنامه‌ها پاسخ می‌گیرند، جزئی از برنامه‌های مورد به‌حث علاقه‌مندند یا خیر؟ تحقیق بیشتری گزارش شده در این مقاله برخی از این سوالات را بررسی می‌کند.

روش‌های تحقیقات مربوط به مخاطبان رادیو و تلویزیون، با ارسال سوالاتی برای کودک همواره مورد برسی (در سطح ملی) به آنان توضیح داد: «تصویر کلیدی، گروه جدیدی از مردم برای ارزیابی برنامه‌ها در نظر گرفته شده است و به آنها دفتر یادداشتی داده شده است تا نظرشان را درباره کیفیت
هر برنامه‌ای که می‌بینند، بیان کنند، میزان سنجش کیفیت هر برنامه از عالی تا بسیار به در نظر گرفته شده است.

سپس از آنها خواسته شد تا دیدگاه‌های خود را در مورد نوع برنامه اظهار کنند و تغییری که از نظر آنان، اگر یک گروهی مختلف مردم (۱ گروه) تا چه حد «دور» مناسب بیان قضاوت بوده‌اند گروهی مختلف مردم از بینندگان با میانگین سنی ۸ تا ۱۱ سال، ۱۲ تا ۱۵ سال، ۱۶ سال به بالا و همچنین بینندگان علاقه‌مند به برنامه و افرادی تشکیل شده بود که اظهار می‌داشتند به برنامه‌ها علاقه‌ای ندارند؛ آمار گروه نیز کارشناسان تلویزیون (صدا و سیما) بودند.

با پاسخ‌گویی به سوالات، مقياس اندازه‌گیری ۵ موردی تبیین به مقياس نمره‌ها شد. در صورت که به افرادی که یک نوع گروهی را یافته صلاحیت کامل برای قضاوت در مورد کیفیت برنامه‌ها می‌دانستند، می‌تواند دانشگاه به داده و به کسانی که شرکت به بودن یک نوع گروهی سیستم صلاحیت قضاوت دارند، ۶۵ نمره، اشخاصی که به طرف بودن و عقیده داشتن یک نوع گروهی هم صلاحیت دارند، ۵۰ نمره کسب کرده و به کسانی که اظهار می‌داشتند این گروهی خیلی هم شایسته قضاوت نیسته، ۲۵ نمره برای کسانی که در نظر گرفته شد که معتقد بودند یک گروهی از مورد «اصلاً» شایستگی قضاوت در مورد کیفیت برنامه‌ها را ندارند. در حقيقة، برای تشخیص یک گروهی به عناوین گروهی مناسب برای قضاوت در مورد یک نوع برنامه، آزمون نمراتی که به ترتیب اضافه می‌شوند میانگین گرفته شد که نتیجه آن یک مقياس نمره‌ها بی‌احکام ۱۰۰ و حداقل صفر بود (جدول شماره ۱).

همچنین از پاسخ‌گوییان (مردم) با سیده شد که به عقیده آنان این نظر تا چه حد خوب یا بد است: برای ارزیابی کیفیت کالاهای یا عملکرد مراکز خدماتی، نمودارهایی در فواصل زمانی منظم چاپ و منتشر شود. در نهایت و عملکرد برای پاسخ‌گویان تمام‌شدن که ۲ مورد از آنها با تلویزیون و ۸ مورد دیگر با کالاهای یا عملکرد مراکز خدماتی دیگر متعدد بودند. در این پژوهش از روش آماری تجزیه و تحلیل عمده استفاده شد. این روش نشان می‌دهد که آیا پاسخ‌گویان موافق با یک مورد، در موارد دیگر هم اتفاق ندارند یا خیر. مجدداً که تفاوت بین خویشوندگان یا گروه‌ها همیشه دیگر بپذیرند. برای مثال، امکان دارد پاسخ‌گویانی که علاقه‌مند به ارزیابی کیفیت در یک حیطه‌های مستندی، در نهایت حیطه‌های دیگر هم تأثیر کند که در این صورت از تجزیه و تحلیل عمده استفاده می‌شود. اما همچنین ممکن است کسانی که موافق ننظر نتایج ارزیابی کیفیت در مورد یک سری از کالاهای یا عملکرد مراکز خدماتی هستند، به
قرار و مورد دیگر علاقه‌ای ناشان ندهند. این مسئله دو یا بیشتر از دو عامل را ایجاد می‌کند. نتایج
چنین تجربه و تحلیلی می‌تواند در نشان دادن طرح‌بندی نظریات، حاوی اطلاعات مفیدی باشد.
در مجموعه ۱۹۰۷ نفر به یک یا چند سوال این مجموعه پاسخ داده‌اند.

صلاحیت تصویری گروه‌های مختلفی از مردم که می‌توانند به عنوان داوران کیفیت برنامه‌ها عمل کنند.
ابلاغ نتایج می‌شود که بر نویس «برنامه‌ها علاقه‌مند هستند. بهترین داوران ارزیابی کیفیت
برنامه‌ها و کسانی که به عنوان افراد بی علاقو شناخته شده‌اند، افراد بسیار نامناسبی برای داوری به
شمار می‌آیند. در حالی که در بیشتر افراد برنامه‌های پژوهشگران، افراد بی علاقو داوران مناسب‌تری
برای سنجش کیفیت شمرده می‌شوند. در اینجا یک نوع از برنامه‌های سرگرمی مخصوص کودکان، از
جوان‌ترین گروه سنی پصی (۸ تا ۱۱ ساله)، نمونه معرف پژوهشگران و همچنین کارشناسان
توسعه‌یونس سوال شده که کسانی برای داور شدن شایسته‌تر هستند؟ گروه‌های کارشناسان تلویزیون
تصمیم می‌کنند که به‌طور کلی از نمونه معرف پژوهشگران شایستگی کنترلی دارند و این شکاف در
مقدم مفاسیس برنامه‌های اکستنشنال و مردم علاقه‌مند به مراکز بیشتر بود.

چنین تصویری می‌شود که در قضاوت کیفیت برنامه‌های رومنزه (جاری)، سرگرمی کودکان،
کمی، هندی - مدخت - و همچنین داستان‌های نمایشی پژوهشگران: علاقه به نویس برنامه‌ها مناسب‌ترین
عمال برای ارزیابی کیفیت آنهاست. در حالی که به عنوان «علاقو»، امتیاز بالایی برای قضاوت در مورد کیفیت
برنامه‌های سرگرمی خانوادگی، ورشی و اخبار داخلی - خارجی ندارد.

به طور کلی، بین شایستگی افراد علاقه‌مندی که به قضاوت در مورد کیفیت برنامه‌های سرگرمی
خانوادگی و همچنین داستان‌های نمایشی پژوهشگران می‌پردازند، تفاوت بسیار کمی وجود دارد، در
همین زمینه، تفاوت بسیار ناچیزی هم در شایستگی گروه کارشناسان تلویزیونی دیده می‌شود.
بیشترین تفاوت بین نمرو گروه سنی ۸ تا ۱۰ ساله که نشان‌دهنده داوران کیفیت داستان‌های
نمایشی پژوهشگران شماره سیدون (نمرو ۱۶) و نمرو شایسته‌ترین داوران کیفیت برنامه‌های
سرگرمی کودکان (نمرو ۲۷) دیده می‌شود: به طوری که دانه‌های تفاوت این نمرات به ۲۵ می‌رسد.

در داده‌ها با روش آماری تجزیه و تحلیل عاملی (ضیمانه را بی‌بینید) مورد بررسی قرار گرفت تا
مشخص شود که در این مجموعه سوالات پاسخ‌ها به چه صورت دست‌بندی شده‌اند. به این ترتیب، ۸
گروه به وجود آمد. ابتدا گروه «کارشناسان» کسانی که از نظریات کارشناسان در یک برنامه
حمایت می‌کردند و ممکن داشتند که این نظریات در تمام انواع مختلف برنامه‌ها مورد پشتیبانی قرار
گیرند. در طی آن، گروه «افراد بی علاقه به برنامه‌ها» و پس از آن گروه «افراد علاقه‌مند به برنامه‌ها»
مطرح شدند "بزرگسالان" نیز به عنوان داوران همه برنامه‌ها به جز برنامه‌های سرگرمی کودکان در نظر گرفته شدند. ۲ عامل دیگر به دلیل کوچکی در گروه‌های دیگر ادغام شدند و در دیگر گروه "کودکان" به عنوان ارزیابان مناسب برای کیفیت انواع خاص و معینی از برنامه‌ها تعیین شدند.

جدول شماره 1 - نظر پاسخگویان (َ) نسبت به صلاحیت شش گروه مختلف از داوران کیفیت هشته نوع برنامه

<table>
<thead>
<tr>
<th>مقياس نمره‌ای مربوط به هر یک</th>
<th>های مختلف مردم برنامه</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>کارشناسان تلویزیون</td>
<td>نامی‌شیپر بزرگسالان</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>های سرگرمی خانوادگی</td>
</tr>
<tr>
<td>افراد بی علاقه به برنامه</td>
<td>های روزنامه (جاری)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>های ورزشی</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>داخلي - خارجي</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>های سرگرمی کودکان</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>های کتی</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>های هنری - مذهبی</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>نامی‌شیپر بزرگسالان</td>
</tr>
</tbody>
</table>

در سنن‌های ارزیابی کیفیت کالاها و عملکرد مراکز خدماتی اولویت‌بندی پاسخگویان به صورتی بود که انتشار جدای مرتب به ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیونی را در مرتبه ششم از فهرست پایده موردی کالاها و عملکرد مراکز خدماتی قرار دادند. قابل توجه ترین مورد مرتب به تلویزیون (که در حاشیه‌ای باریک نوشته شده) این است که چرا مردم به کیفیت برنامه‌های تلویزیونی بیش از علاقه‌ی خود فکر می‌کنند. اما موردی که در لیست پایده موردی کمتر از همه موردی توجه قرار گرفته و تنها موردی است که در حقیقت به طور منظم و کاسته‌چاپ و منتشر می‌شود سنن‌یی منابع مطالب، مطلبی برنامه‌های تلویزیونی است. یک تجزیه تحلیل عمایل نیز بر روی این نتایج انجام شده است (ضمنیه را بیابید).
تصور کنید پاسخگویان که به چهار برخی کالاها و علل علاقه می‌نداشتند، به‌طور کلی که انتخاب کرده‌اند، میزان خرید از موارد مربوط به تلویزیون با یکدیگر و موارد دیگر، به صورت زیر دست‌بندی شدند:

گروه الف: میزان تصفیه (خالص بودن) ذخایر آپ شهروی، طعم آب آشامیدنی، آلودگی هوا و نظم حمل و نقل عمومی

گروه ب: نظریات سردم در مورد برنامه‌های مورد علاقه خود، ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون و میانگین سنی مخاطبان

گروه ج: کشف چرایی‌ها، کارایی خدمات بیمارستان‌ها، عملکرد دادگاه‌ها و بزرگراه امتحانات در مدارس

جدول شماره ۲- اولویت‌بندی پاسخگویان در مورد سنجش ارزیابی کیفیت کالاها و
عملکرد مراکز خدماتی

سؤال: آن نظر شما، لزوم انتشار منظم نمودارهای مربوط به هر یک از موارد زیر تا چه حد است؟

<table>
<thead>
<tr>
<th>عقیده پاسخگویان (درصد)</th>
<th>موافق</th>
<th>مخالف</th>
<th>متقاضی نمره‌ای</th>
<th>مخالف</th>
<th>متقاضی نمره‌ای</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۸۸</td>
<td></td>
<td>۸۸</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۸۶</td>
<td></td>
<td>۸۶</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۷۹</td>
<td></td>
<td>۷۹</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۷۷</td>
<td></td>
<td>۷۷</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۷۰</td>
<td></td>
<td>۷۰</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۶۸</td>
<td></td>
<td>۶۸</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۶۳</td>
<td></td>
<td>۶۳</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۵۹</td>
<td></td>
<td>۵۹</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۵۳</td>
<td></td>
<td>۵۳</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۴۲</td>
<td></td>
<td>۴۲</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۴۵</td>
<td></td>
<td>۴۵</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۴۲</td>
<td></td>
<td>۴۲</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۴۰</td>
<td></td>
<td>۴۰</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۸</td>
<td></td>
<td>۳۸</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۷</td>
<td></td>
<td>۳۷</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۶</td>
<td></td>
<td>۳۶</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۵</td>
<td></td>
<td>۳۵</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۴</td>
<td></td>
<td>۳۴</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۳</td>
<td></td>
<td>۳۳</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۲</td>
<td></td>
<td>۳۲</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۱</td>
<td></td>
<td>۳۱</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳۰</td>
<td></td>
<td>۳۰</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۹</td>
<td></td>
<td>۲۹</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۸</td>
<td></td>
<td>۲۸</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۷</td>
<td></td>
<td>۲۷</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۶</td>
<td></td>
<td>۲۶</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۵</td>
<td></td>
<td>۲۵</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۴</td>
<td></td>
<td>۲۴</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۳</td>
<td></td>
<td>۲۳</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۲</td>
<td></td>
<td>۲۲</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۱</td>
<td></td>
<td>۲۱</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲۰</td>
<td></td>
<td>۲۰</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۹</td>
<td></td>
<td>۱۹</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۸</td>
<td></td>
<td>۱۸</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۷</td>
<td></td>
<td>۱۷</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۶</td>
<td></td>
<td>۱۶</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۵</td>
<td></td>
<td>۱۵</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۴</td>
<td></td>
<td>۱۴</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۳</td>
<td></td>
<td>۱۳</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۲</td>
<td></td>
<td>۱۲</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۱</td>
<td></td>
<td>۱۱</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱۰</td>
<td></td>
<td>۱۰</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۹</td>
<td></td>
<td>۹</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۸</td>
<td></td>
<td>۸</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۷</td>
<td></td>
<td>۷</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۶</td>
<td></td>
<td>۶</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۵</td>
<td></td>
<td>۵</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۴</td>
<td></td>
<td>۴</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۳</td>
<td></td>
<td>۳</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۲</td>
<td></td>
<td>۲</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۱</td>
<td></td>
<td>۱</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>۰</td>
<td></td>
<td>۰</td>
</tr>
</tbody>
</table>
ارتباط بین نیاز مشاهده شده برای ارزیابی با مشخصات پاسخگویان و نگرش آنان

پاسخگویی‌های که خواهان انتشار اطلاعات مربوط به ارزیابی که برمغیه‌های تلویزیونی مستند
به اقتصادی انرژی به (به استرداد) تلخه شده است تماشای سطح پایینتری از طبقه اجتماعی - اقتصادی
دارند. اما بین متغیرهای سن، جنس و اقتصادی و وجود ندارد (جدول شماره ۲)

پاسخگویی‌های که عنوان برنامه‌های بیشتری را در طول یک هفته در دفترچه‌های پایانی روزانه
خود نوشته‌اند جز در مورد شبکه BBC2 علاقه بیشتری به TAD داشتند و بسیاری که در طول
این فهرست در مورد برنامه‌های BBC2 که بیشتر شاخص برنامه‌های ورزشی و پانزده‌ای‌های المپیک بوده
است، گزارش داده‌اند علاقه کمتری به انتشار اطلاعات مربوط به عوامل خدمات اجتماعی، داشت‌اند

(جدول شماره ۲)\)

در میان پاسخگویی‌های که ارزیابی بیشتری برای برنامه‌های تلویزیونی قابل، هم‌دستند و به عنوان
این ارزیابیان «سخاپتند» در نظر گرفته شوند، احتمال تماشای دیدن TAD من‌ستد. شده بیشتر است.
همچنین این ارزیابیان «سخاپتند» علاقه بیشتری به ارزیابی علما خدمات اجتماعی نشان می‌دهد.

نحوه تماشای برنامه‌ها از سوی پاسخگویان با شمارش مواردی که در دفترچه‌های پایانی
روزانه نوشته‌اند بودند. مورد سنجش قرار گرفت. این مورد شامل گزارش‌های بود که نشان داد در
طول هفته چنین مورد از هفت‌های برنامه‌ها را تماشا می‌کنند؟ این پاسخ‌ها که با روش تجزیه و
تحليل عملي مورد بررسی قرار گرفتند. ۵ گروه منسجم از مواردی را که به‌صورتی که به
آنها اختصاص داده شده بود ارازنده بودند: اخبار و برنامه‌های روزمره، کمدی و مسابقات، برنامه‌های
هنری و مذهبی و داستان‌های یک‌قسمتی و داستان‌های چند قسمتی (به جدول شماره ۲ رجوع کنید).

پاسخگویی‌های که بیشتر اخبار و برنامه‌های روزمره را تماشا می‌کردند، هم‌دان افرادی که بیشتر
داستان‌های یک قسمتی را می‌تئا و به دیدن نشر شاخص‌های کیفی از تلویزیون تماشای داشتند. این
مورد حتى در مورد کالاهای مصرفی اساسی و خدمات مفید اجتماعی نیز صدق می‌کرد. کسانی که
پاسخ‌های کمدی و مسابقات را بیشتر می‌بیند با وجود آنکه کمتر متاثیر انتشار اطلاعات
در مورد کالاهای ضروری مصرفی بودند از انتشار TAD اطلاعات مربوط به ارزیابی تلویزیون
بیشتر حمایت می‌کردند. کسانی که هم که بیشتر داستان‌های چند قسمتی (سربالی) را می‌شناسند می‌کردند
مانند بیشتر به‌صورتی که می‌شناسند، به ارزیابی کالاهای مصرفی کمتر علاقه‌مند بودند ولی به ارزیابی
تلویزیون با خدمات سودمند اجتماعی کم و بیش علاقه داشتند (جدول شماره ۲)

از آنجایی که پاسخگویان فکر می‌کردند افراد این شرط به برنامه‌های بیشتر ارزیابی مناسب‌ترند

علاوه قابل توجهی به ارزیابی عمومی تلویزیون نشان می‌دادند. همین اگر در مورد کسانی هم که به
طرح کلی بزرگسالان و ارزیابی مناسبات و کارشناسان تلویزیون را دارای صلاحیت بیشتری
می‌دانند صدق می‌کند (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳ - تقاطع بین نیاز مشاهده شده برای ارزیابی با مشخصات پاسخگوینان و
نگرش آنان

<table>
<thead>
<tr>
<th>عامل‌هایی که ارزیابی آنها ضروری است</th>
<th>همبستگی با: (3)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>گروه الگن (کلاس‌های فضایی)</td>
<td>مصرفی</td>
</tr>
<tr>
<td>گروه الگن (کلاس‌های فضایی)</td>
<td>مصرفی</td>
</tr>
<tr>
<td>سن</td>
<td>جنس</td>
</tr>
<tr>
<td>موارد دیده شده در شبکه‌های</td>
<td>BBC1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>ITV</td>
</tr>
<tr>
<td>ارزیابی آنچه در طول پیک هفته از</td>
<td>BBC1</td>
</tr>
<tr>
<td>شبکه‌های مختلف ممکن است‌شده:</td>
<td>ITV</td>
</tr>
<tr>
<td>تعداد برنامه‌های شاهدشده:</td>
<td>اخبار - برنامه‌های روزمره</td>
</tr>
<tr>
<td>برنامه‌های هنری - مذهبی</td>
<td>داستان‌های یک قسمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>داستان‌های چند قسمتی (سریال)</td>
<td>علاقه‌مندان به برنامه</td>
</tr>
<tr>
<td>بررسی‌بان</td>
<td>برنامه‌های</td>
</tr>
</tbody>
</table>
| کودکان | برای آنان به برنامه | سابرین
سطوح ارزیابی، گزارش گروه‌های مختلف بیان‌نده برنامه‌های تلویزیونی و انواع اولویت‌های گروه ارزیابی

پاسخگویی‌ها که عفیف دارند جامعه ارزیابی کیفیت برنامه‌ها تنها با یاد از "پزشکسالان" تشکیل شده باشد. با تواست‌های آنچه را در شبکه ۴ و شاکه (ITV، BBC و دیه‌دانه، ارزیابی کنن و دی) ارزیابی آن طرفه رفتند. در مقابل، پاسخگویی‌ها که "کارشناسان تلویزیونی" را برای ارزیابی کیفیت برنامه‌ها مناسب می‌دانند، تمایل به اظهار این مطلب دارند که بیشتر، برنامه‌هایی را تماشا می‌کنند که مورد علاقه آنان است. پاسخگویی‌ها که کارشناسان تلویزیونی را مناسب ارزیابی کیفیت برنامه‌ها می‌دانند، اغلب از بی‌بینی‌گران پر و با قرص اخبار و برنامه‌های روزمره، کمدی و مسابقات و داستان‌های چند قسمتی (سریال) و چنانکه خود می‌گویند، کمتر داستان‌های یک قسمتی را تماشا می‌کنند. در اصل، کسانی که به "کارشناسان تلویزیون اطمنان دارنده" به نسبت کسانی که آمادگی کمتری برای پذیرفتن کارشناسان به عنوان ارزیابی کیفی دارند، انواع بیشتری از برنامه‌ها را تماشا می‌کنند و در کل آن‌ها را که می‌بینند، دوست دارند (جدول شماره ۴).

پاسخگویی‌های نیز که نظر کودکان را به عنوان ارزیابی کیفیت برنامه‌ها پذیرفتند، در ابراز نظر خود پرماهی نیستند اما تمایل دارند که بگویند، از بی‌بینی‌گران پر و با قرص برنامه‌های کمدی، مسابقات و داستان‌های یک قسمتی هستند (جدول شماره ۴).

افرادی که به طور خاصی بر سابتابگی استفاده از افراد عدم علاقه‌مند به عنوان ارزیابی کیفیت برنامه‌ها تأکید می‌کنند، بیشترین ارزیابی را در مورد شبکه‌های BBC و شاکه ۴ انجام داده‌اند و از بی‌بینی‌گران پر و با قرص اخبار و برنامه‌های روزمره بوده‌اند. از طرف دیگر، پاسخگویی‌نی از افراد بی علاقه به برنامه‌ها را برای ارزیابی کیفیت برنامه‌ها مناسب دانسته‌اند. آن‌چه را در دیه‌دانه، شبکه‌های BBC و ITV، نیز ضعیفت ارزیابی کرده‌اند. این پاسخگویان اظهار داشته‌اند که بیشتر، برنامه‌های هنری، مذهبی و داستان‌های یک قسمتی را تماشا می‌کنند (جدول شماره ۴).
جدول شماره ۲- سطوح تماشا تلویزیون، ارزیابی کیفیت تلویزیون و انواع اولویت‌های گروه ارزیابی‌ها

<table>
<thead>
<tr>
<th>همстگی‌های (۱) بین گروه‌های مناسب برای ارزیابی</th>
<th>موارد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>بی‌علاقه به برنامه</td>
<td>مناظر انقلاب‌مند برای برنامه</td>
</tr>
<tr>
<td>کودکان</td>
<td>BBC1</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان</td>
<td>BBC2</td>
</tr>
<tr>
<td>تلویزیون</td>
<td>ITV</td>
</tr>
<tr>
<td>برگزاران</td>
<td>(شبکه ۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>افراد علاقه‌مند به برنامه</td>
<td>گزارش تعداد برنامه‌های دیده شده در طول یک هفته:</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>اخبار - برنامه‌های روزمره</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>کمدی - منابع</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>برنامه‌های هنری - مذهبی</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>داستان‌های بی‌کم‌تی</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>داستان‌های چند قسمتی (سریال)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

بررسی روابط بین انتشار اطلاعات مربوط به ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون و میزان با نوع تماشا برندامه‌ها از سوی پاسخگویان

پاسخگویانی که نسبت به انتشار اطلاعات مربوط به ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون نظر خیلی موافق، «تا حدودی موافق» و «نامطلوب یا مخالف» داشته‌اند به ترتیب ۱۸ و ۱۶ سرود از برنامه‌های را که از شبکه ITV تماشا کرده بودند در دفتر یادآوری خود نوشته بودند. مسیر نژادی این اعداد همراه با میزان برنامه‌هایی که از ITD دیده شده است، هسته همبستگی را شکل می‌دهد (پیش‌تر از ۷۱۱۹۱ رجوع شود به جدول شماره ۳).
همچنین جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که بین میزان تماشاوهای برنامه‌های BBC2 و تمایل به انتشار اطلاعات مربوط به ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون، همبستگی وجود ندارد. جدول شماره ۶ نیز نشان می‌دهد پاسخگویی‌های که با انتشار اطلاعات مربوط به ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون "خیلی موافق"، "تا حدودی موافق" و "نامطمئن یا مخالف" هستند به ترتیب ۲/۵، ۲/۳ و ۲/۰ مورد از برنامه‌های شبکه ۲ را تماشا کرده‌اند. همبستگی مثبت (نشان داده شده در جدول شماره ۲) را بین ارزیابی آنچه یک فرد در طول هفته می‌بیند و تمایل برای موافقت در مورد سنجش کیفیت برنامه‌های تلویزیون به صورت چپ‌شده، در نتیجه نمایان‌پذیری جدول شماره ۶ به وضعیت می‌توان دید.

جدول شماره ۵ - تفاوت‌های اربین اطلاعات مربوط به ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون با میزان و نوع تماشا تابعی برنامه‌ها از سوی پاسخگویان

| سوال: آیا اطلاعات مربوط به ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون باید منشود شوند؟ | مواد | میزان موارد تماشا شده از:
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>خیلی موافق</td>
<td>تا حدودی موافق</td>
<td>مخالف / نامطمئن</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۳/۷</td>
<td>۱۴/۳</td>
<td>۱۲/۲</td>
</tr>
<tr>
<td>۳/۰</td>
<td>۱۷/۸</td>
<td>۳/۳</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۰/۹</td>
<td>۱۵/۸</td>
<td>۱۲/۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۳/۶</td>
<td>۳/۱</td>
<td>۲/۹</td>
</tr>
<tr>
<td>۷۵/۶</td>
<td>۷۹/۹</td>
<td>۷۰/۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۷۰/۴</td>
<td>۷۹/۲</td>
<td>۷۳/۲</td>
</tr>
<tr>
<td>۷۱/۸</td>
<td>۷۵/۰</td>
<td>۷۹/۹</td>
</tr>
<tr>
<td>۸۹/۶</td>
<td>۱۰۰/۶</td>
<td>۵۷۷</td>
</tr>
</tbody>
</table>

تعداد پاسخگویان (۵)
بحث

ظاهران اغلب مردم ارزیابی کیفیت برنامه‌های تلویزیون و چاپ و انتشار نتایج آن را مهم می‌دانند. اما از نظر آنان این فقط تلویزیون نیست که بهای به طور گسترده و همگانی ارزیابی شود چرا که تلویزیون بعد از چنی مورد دیگر کالا و خدمات، در ردیف ششم فهرست قرار گرفته است. چالش این است که اگر گفتگو شب‌های منفی مانند آلودگی‌ها در فهرست وجود دارد که بهای با دقت و اهمیت ارزیابی شود مردم اولویت را به آن خواهند داد.

موادی که در فهرست 11 موردی کنار هم شده است به هیچ وجه با رسانه‌های تلویزیون همخوانی ندارند و صرفاً به عنوان نمونه‌ای در نظر گرفته شده‌اند که مربوط به واقعیت جدیدتر باشد. با وجود آنکه ممکن است، مردم با دریافت اطلاعات مربوط به ارزیابی‌ها موافق باشند (ارزیابی‌ها) هنوز به عنوان مهم‌ترین منبع جوامع بیشتر مورد توجه قرار گرفته باشد.

شایان توجه است که جایگاه تصویری اهمیت ارزیابی کیفیت تلویزیون در بین افرادی (نمونه مورد بررسی) که این کار را نمایند و عقیده خوبی می‌دارند، 6 درصد بیشتر از کسانی است که همین عقیده را درباره چپ نتایج دارند. این مقدار به‌طور کلی کم‌تر از لحاظ آماری اختلاف مهمی را بین پاسخ‌های مردم به این دو مورد نشان می‌دهد، که برای انعکاس در تحقیقات دیگر سودمند است. این امر در واقع نشان می‌دهد، «شاخه کیفیت اغلب نتایج پیکسانی را برای «شنیده شاخص» ارزیابی برنامه‌ها» به بار می‌آورد و به مرحله تحقیقاتی نیز وجود دارد که گاهی مهم شمرده می‌شوند.

دامنه‌های اصلی، هیئت منصوبه‌ای مشکل از 12 نفر از مردم دارند که از آن‌ها به طور تصادفی از بین مردم عادی انتخاب شده‌اند این روش به‌مدل دموکراتیک رسیدگی به موضوعات و منافع عمومی مورف است. اما در جواب به این سؤال که تلویزیون را چگونه باید ارزیابی کرد، می‌توان گفت بازیافت است که عموم مردم به قضاوت خود اعتماد می‌کنند. این امر در مورد بیشتر برنامه‌ها صدای می‌کند (به جز در مورد یک نوع خاص که آن هم سرگرمی کودکان است). به این ترتیب، بخشی خاصی از مردم به چاپ جامع خاص داوران شایسته که همان چاپگاه بین‌بندی‌گان مورد نظر است، ارتقا می‌یابد. این فرصت بر مردم داده است ویا واضح است که آنان چنین امری را در حدوده آنچه «مدل بالینی» یا «کارشناسی آموزشی» نامیده می‌شود، بررسی نمی‌کنند. به عبارتی بزرگ‌سالان در امر قضاوت در مورد کیفیت برنامه‌های سرگرمی کودکان از خود آنان بهتر عمل نمی‌کنند و قضاوت در مورد اینکه برنامه‌ها را به کودکان و اندکار می‌کنند.
البه منارک دیگر نیز وجود دارد که نشان می‌دهد از نظر بزرگسالان، برنامه‌های خاص، تأثیرات ناخوشایند و بدبودی بر روی کودکان می‌گذرد. ممکن است استتباط شود که مردی از نظر منطقی احساس می‌کند که برنامه‌ریزی کودکان (همانطور که در حال حاضر نیز در انگلیس وجود دارد) مضر نیست و بچه‌ها خودشان می‌توانند درباره آن به قضاوت بنشینند. چرا که اگر بزرگسالان احساس می‌کردن برنامه‌ریزی بچه‌ها عنصر منفی و مضر بالقوه‌ای را در خود دارند، غیرممکن بود بچه‌ها را به عنوان داوران کیفیت انتخاب کنند.

هنگامی که اختلاف‌های موجود بر سر اهمیت ارزیابی خدمات و کالاهای مختلف، تلویزیون و همچنین انواع برنامه‌هایی که ممکن است گروه‌های مختلف ارزیابی در دوران آنها بهتر قضاوت کنند، شرح داده شد، اختلاف‌های زیادی بین پاسخ‌دهنگان و نوآور پاسخ آنها به این پرسش‌ها بسیار بود. همچنین در حیطه اهمیت قائل شدن برای ارزیابی خدمات و کالاهای مختلف و نیز تشخیص کسانی که می‌توانند بهترین دارای برنامه‌های تلویزیونی باشند، یا یک کسانی که در ارزیابی برنامه‌ها سخاوت‌مندند (به آنچه می‌بینند AIS نمره ارزیابی بالا می‌دهند) این مسئله را که تلویزیون باید به طور همگانی ارزیابی شود، مهم می‌دانند. بنابراین درخواست عضویت برای ارزیابی عمومی تلویزیون، از قبیل ناراضی‌ای که می‌خواهند کمک‌ها را به نماشگاه بگذارند، حاصل نمی‌شود بلهک از کسانی که با ارزیابی موافقند، به دست می‌آید. این مسئله همچنین نشان می‌دهد که این ارزیابی‌های سخاوت‌مند: تلویزیون و برخورداری از ارزیابی عمومی خدمات مفید اجتماعی را نیز مهم می‌دانند.

به منظور بسط فرهنست انواع برنامه‌ها، می‌توان پاسخ‌دهنگان را برای قضاوت در مورد کیفیت برنامه‌ها فرا خواند. به نظر می‌رسد تحقیقات بیشتر در دفتر مطالب کنونی، به ویژه در زمینه عنصر برنامه‌ریزی کودکان که بازی می‌شکافته‌اند مورد بررسی قرار گیرد، مفید واقع شود. آیا مورد فکر می‌کنند مجموعه‌های نمایشی قدمی که برای کودکان ساخته شده، می‌تواند توسط به‌چه‌ها یا بزرگسالان ارزیابی شود؟ در صورتی که بزرگسالان مذکر باشند، آیا لزوماً بايد کارشناس باشند؟ آیا مورد در مورد موسمی مورد پاسخ، انواع کارتن و برنامه‌های متری مختلفی که برای کودکان نه‌شده است، به طور یکسان پاسخ می‌دهند؟

اما دومین جنبه که تحقیقات بیشتری را می‌طلبد آن است که اصطلاح ساده‌تر «کارشناسان سازمان رادیو و تلویزیون» معرفی شود. چه نوع سازمان‌های پاسخ‌دهنگان در مورد «سازمان رسمی بررسی شکایات رادیو و تلویزیون» چه می‌گویند؟ آیا آنها برای مراجعه به یکی از شرکتهای پخش برنامه‌های تلویزیونی این سوال را مطرح می‌کنند؟ و بالاخره سوال دیگری که اهمیت‌داده این است.
که آیا ممکن است پاسخ‌دهندگان تصویر کنندگان نسبتاً بزرگی از چنین کارشناسانی که اساس کارشان بر تداوم کنترل است، وجود دارد یا اینکه گمان می‌کنند صرفًا عدد کمی از مردم، برنامه‌های انتخابی را مورد بحث و گفتگو قرار می‌دهند؟

در حال حاضر، در واقع فقط یکی از ۱۱ مورد از نمونه مورد بررسی، سنجیده شده و به طور منظم و مداوم انتشار یافته است که آن هم مربوط به میانگین سنی بینندگان تلویزیونی است. این مورد بر حسب اهمیت تصویری ارزیابی کالاسیا و خدمات نسبت به ۱۱ مورد دیگر، در انتهای فهرست دیده می‌شود. این سنجش منظم و مداوم به دلیل اهمیت آن برای کسانی انجام شده است که به خدمات ملی و عملکرد های حمايت از مصرف کنندگان جامعه (یا تعلیم و تربیت و حمايت) علاقه‌مند هستند.
ضمیمه ألف (جدول ۳۰ را بیانید)

<table>
<thead>
<tr>
<th>سوال: شما چند وقت یک بار هر یک از این نوع برنامه‌ها را می‌بینید؟</th>
<th>نوع برنامه</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>درصد</td>
<td>میانگین بار عاملی</td>
</tr>
<tr>
<td>15/03</td>
<td>۴/۲</td>
</tr>
<tr>
<td>۵/۰</td>
<td>۴/۰</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۲/۱</td>
<td>۴/۰</td>
</tr>
<tr>
<td>۷/۴</td>
<td>۰/۵</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۵</td>
<td>۲/۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۰</td>
<td>۲/۰</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۹</td>
<td>۲/۹</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۰</td>
<td>۲/۰</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۰</td>
<td>۲/۰</td>
</tr>
</tbody>
</table>
ضمیمه ب (جدول 3 و 4 را بینید)

<table>
<thead>
<tr>
<th>سؤال: شما چند وقت یک بار هر یک از این نوع برنامه‌ها را می‌پنیزید؟</th>
<th>داور / نوع برنامه</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>بار عاملی عامل‌های دیگر (درصد) میانگین بار عاملی واریانس به حساب آمده</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>بار عاملی عامل‌های دیگر (درصد) میانگین بار عاملی واریانس به حساب آمده</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / نمایش‌های خانوادگی پژوهش‌ها</td>
<td>90 0/21</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / برنامه‌های سرگرمی</td>
<td>89 0/3</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / برنامه‌های طنزآموز</td>
<td>89 0/2</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / برنامه‌های ورزشی</td>
<td>89 0/3</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / مطالب روزمره</td>
<td>87 0/1</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / برنامه‌های هنری - مذهبی</td>
<td>85 0/3</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / برنامه‌های سرگرمی کودکان</td>
<td>82 0/2</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسان / اخبار داخلی و خارجی</td>
<td>19 0/3</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / برنامه‌های خانوادگی پژوهش‌ها</td>
<td>86 0/2</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / مطالب روزمره</td>
<td>85 0/2</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / برنامه‌های ورزشی</td>
<td>84 0/3</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / برنامه‌های سرگرمی خانوادگی</td>
<td>84 0/4</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / برنامه‌های کمدی</td>
<td>84 0/2</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / برنامه‌های هنری - مذهبی</td>
<td>82 0/3</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / برنامه‌های سرگرمی کودکان</td>
<td>77 0/4</td>
</tr>
<tr>
<td>بی علاوه / اخبار</td>
<td>73 0/3</td>
</tr>
<tr>
<td>تاریخ</td>
<td>شماره</td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>-------</td>
</tr>
<tr>
<td>0/4</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>0/4</td>
<td>79</td>
</tr>
<tr>
<td>0/3</td>
<td>79</td>
</tr>
<tr>
<td>0/7</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>0/3</td>
<td>76</td>
</tr>
<tr>
<td>0/4</td>
<td>75</td>
</tr>
<tr>
<td>0/5</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>10/8</td>
<td>65</td>
</tr>
<tr>
<td>0/6</td>
<td>72</td>
</tr>
<tr>
<td>0/7</td>
<td>79</td>
</tr>
<tr>
<td>0/9</td>
<td>67</td>
</tr>
<tr>
<td>0/9</td>
<td>63</td>
</tr>
<tr>
<td>0/9</td>
<td>54</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>داور / نوع برنامه</td>
<td>بار عاملی</td>
</tr>
<tr>
<td>-------------------</td>
<td>-----------</td>
</tr>
<tr>
<td>پژوهشگران / اخبار</td>
<td>49</td>
</tr>
<tr>
<td>پژوهشگران / سرگرمی های خانوادگی</td>
<td>48</td>
</tr>
<tr>
<td>بچه های 12 تا 15 ساله / سرگرمی های خانوادگی</td>
<td>84</td>
</tr>
<tr>
<td>بچه های 12 تا 15 ساله / سرگرمی های کودکان 8 تا 11 ساله</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>بچه های 12 تا 15 ساله / سرگرمی های بچه های 12 تا 15 ساله</td>
<td>75</td>
</tr>
<tr>
<td>بچه های 12 تا 15 ساله / بچه های ورزشی 12 تا 15 ساله</td>
<td>52</td>
</tr>
<tr>
<td>بچه های 12 تا 15 ساله / بچه های ورزشی 8 تا 11 ساله</td>
<td>51</td>
</tr>
<tr>
<td>بچه های 8 تا 11 ساله / کمی</td>
<td>73</td>
</tr>
<tr>
<td>بچه های 8 تا 11 ساله / کمی</td>
<td>68</td>
</tr>
<tr>
<td>کودکان 8 تا 11 ساله / سرگرمی های کودکان 8 تا 11 ساله</td>
<td>62</td>
</tr>
<tr>
<td>کودکان 8 تا 11 ساله / سرگرمی های بچه های 12 تا 15 ساله</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر (الف) / برنامه های مذهبی - هنری و بیشتر</td>
<td>79</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر (الف) / برنامه های مذهبی - هنری و بیشتر</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر (الف) مطالعه و روزمره و بیشتر</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر (ب) اختیار تا 15 ساله</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر (ب) اختیار تا 11 ساله</td>
<td>64</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر (ب) سرگرمی های مخصوص کودکان</td>
<td>51</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر (ب) سرگرمی های مخصوص کودکان</td>
<td>25</td>
</tr>
</tbody>
</table>
پی نوشته‌ها

1. ۲۸۴۲ نفر از پاسخگویان به این جدول بیشترین پاسخ‌ها را داده‌اند و ۲۷۵۴ نفر «نسبتاً خوب» پاسخ کفته‌اند.

2. توجه: ۲۸۳۹ نفر به حداکثر موارد و ۲۸۱۹ نفر به حداکثر موارد پاسخ داده‌اند.

3. توجه: همه ضرایب همبستگی به صورت ۱۰۰×نشان داده شده، به جز در جایی که پ به ۰/۰۱ است. حداکثر عدد مربوط به پاسخ‌ها در هر خانه جدول نوافته ۲۲۰۵ است. برنامه‌های دیده شده و گروه‌های بینندب به وضوح در تجزیه و تحلیل عاملی (در همه ضرایب) نشان داده شده است.

4. توجه: همه ضرایب همبستگی به صورت ۱۰۰×نشان داده شده، به جز در جایی کا

5. ارقام داده شده مربوط به کسانی است که هر ۴ شبکه را تماشا می‌کرده‌اند.
شوروای عالی رادیو و تلویزیون فرانسه

ارگان ناظر بر عملکرد رادیو و تلویزیون

ترجمه و تلخیص: احمد زکی ابراهیم یوسفی‌محله
پژوهشگران اداره کل پژوهش معاونت
سیاسی سازمان صدا و سیما

اشاره
نظارت بر رسانه، علاوه بر طراحی و تولید صدا و سیما، شامل وظایفی می‌باشد که در محدوده‌ای متفاوت از جهان نهاده‌ایی جهت اعمال نظارت و ارزیابی عملکرد شرکت‌ها و گروه‌های برنامه‌ریزی تأسیس عمده این نهادها است. نهادهایی می‌تواند برای حل مسائل و علائم بدنشان مطرح شود. در این مقاله، بررسی و بررسی شناخت ارگان‌های ناظر بر عملکرد رادیو و تلویزیون های جهان در حواله اجرایش در این مقاله، ساختار و وظایف و فاراون تجهیز تخصصی گیری در شورای عالی رادیو - تلویزیون فرانسه به طور مختصر و مفید معرفی شده است.
مقدمه

در طول دهه‌های اخیر، در سرتاسر دنیا، قربانی به پنجاه کمیسیون، شورا، مرجع، کمیته و کنفرانس تشکیل شده که ترکیب، صلاحیت و عملکرد آنها از کشورها به کشورهای دیگر متفاوت بوده است. اما همگی اهداف واحده را داشتند که بتوانند محدود کردن محتوای فعالیت‌های رادیو و تلویزیون، ممنوعیت پخش برنامه‌ها و در برخی از ساعات شب، به‌طور کلی، کنترل زمان‌آور و محکم است. نظام بخش‌هایی که دسترسی صحیح با به‌پراکنده‌ها با توجه به «منافع عمومی» و تعیین وضعیت تولیدات رادیو-تلویزیونی که فراتر از معیارهای ساده اقتصادی تنها است. در این زمینه، نه‌ا‌که عملکرد مقامات تنظیم‌کننده نیز که مستقل از قدرت‌های سیاسی است. مانعی بر سر راه‌آمیزی ارتباطات، به عنوان رکابی بر رسانه‌های محسوب نمی‌شود، چرا که رسانه‌ها خود مولود آزادی‌اند. ارگان‌های تاکید در صدد این است که آزادی رسانه‌ها را در برداشته باشد، و کسی‌ها و کمیته‌ها و تمامی انتخابات دیگر مصنوع نگاه دارد.

واقع‌طلب این است که استوار‌داری جدید داشته فنی با به‌هنه کردن مسائل فنی از دست محاکم می‌گردد. اما چگونه می‌توان کودکان را از استرسی به برنامه‌های که برای بزرگسالان ساخته شده حفظ کرد؟ آیا باید به‌پریتریابی تنظیم بپردازیم؟ چرا رشد سریع شبکه‌های جدید موجب شود که اعمال و استفاده‌کنندگان این خدمات را مسئول بدانند. اما شکل و نحوه آن چگونه است؟ در این راستا سپسی می‌شود با به‌پریتریای از تجربیات سابقه‌ی کشورها به بیان ساختار و وظایف مراجع کنترل کننده برنامه‌های رادیو تلویزیونی بپردازم؛ اما ابتدا ساختار نظام کنترلی فراهمه مطالعه می‌کنیم.
ساختار شورای عالی رادیو و تلویزیون فرانسه
الف) اهمیت شورا

این شورا به دلیل اداری مستقل است که در ۱۷ دژانویه ۱۹۸۹ به تأسیس رسیده است. خصوصیات حقوقی و ساختار ویژه این نهاد، آن را به صورت نهادی قاعدگذار داروی داروی است که تألیف و تضمین آزادی ارتباطات رادیو و تلویزیون را در چهارراه قانون اصلی ۲۰ سپتامبر ۱۹۸۶ بر عهده دارد.

شورای عالی رادیو-تلویزیون بخش‌های ویژه‌ای ویژه‌ای شامل می‌شود که تحت اختیار رئیس این شورا قرار دارد و از استقلال مالی نسبی برخوردار است. به‌لحاظ حقوقی، شورای عالی رادیو-تلویزیون در زمینه‌های شخصی و خصوصی، قدرت تصمیم‌گیری کستره‌هایی دارد و اما در زمینه‌های دولتی از اختیارات محدودتری برخوردار است. با این حال، قانون سال ۱۹۹۴، انتخابات را به ویژه در زمینه مجازات‌ها به طور محسوسی افزایش داده است.

از سوی دیگر، شورای مزبور دارای نقش مشورتی است که به قانون سال ۱۹۹۴ تأیید شده و قلمرو آن افزایش یافته است: به طوری که دوبله‌کردن نظرات مزبور را درباره طرح‌های قانونی جویا شود تا موضوع را که در مذاکرات بین‌المللی در زمینه رسانه‌های رادیو-تلویزیونی اتخاذ می‌کند، با آن منطقه سازد.

این شورا می‌تواند طرف مشورت و نظرخواهی کمیسیون‌های پارلمانی نیز قرار گیرد. رؤی هم رفتگی چنین برای آید که شورای عالی رادیو-تلویزیون قدرت زیادی برای اطلاعرسانی و تحقیقات دارد.

ب) ترکیب شورا

شورا عالی رادیو-تلویزیون مربک از ۹ عضو است که به فرمان رئیس جمهور منصوب می‌شوند. تعیین سه تن از اعضای، توسط رئیس جمهور، سه تن از آنها توسط مجلس سناتور و سه تن دیگر توسط رئیس مجلس ملی صورت می‌گیرد. تعیین رئیس شورا نیز بر عهده رئیس جمهور است. نکاتی که در این شورا قابل توجه است، عبارتند از:

۱. اعضای نباشد به هنگام انتخاب بیش از ۲۵ سال سن داشته باشند.
۲. دوره تمام‌پذیر آنها در صورت عدم تجدید، شش ساله است.
۳. ۲/۴ اعضای شورا هر دو سال یک بار عوض می‌شوند.
۴. تمام‌پذیر شورا نمی‌تواند هم زمان، تمام‌پذیر مجلس یا هر شغل و فعالیت حقوق‌ای دیگر را بر عهده داشته باشد.
ابتزارهای ضمین عدم وابستگی شورا از نهادهای پیشین اقتباس شده است. 

به نظر می‌رسد که دلیل انتخاب این تعداد اعضای برای شورا تعداد زیادی اعضای کمیسیون ملی ارتباطات و آزادی‌های (سیزده تن) و تنواع و اختلاف سلیقه در انتخاب آنها باشد که جمله‌گر تشکیل گروهی همکار با نامنگ می‌سازد.

شورا در هر شرایط جلسه عمومی دارد أما با توجه به مسائل روز، تعداد جلسات نیز تغییر پیدا می‌کند. تصمیماتی، آرا و تصویب‌های شورا در این جلسات به تصویب می‌رسند (تعداد این جلسات در سال ۱۹۹۷ بیش از ۱۴ جلسه بوده است).

تنظیم جلسات عمومی به دبیرخانه‌های شورا و اکگار شده که زیر نظر رئیس شورا، صورت جلسات را تنظیم می‌کند. مشاوره‌های شورا، هر چه در جلسه میدانند و مسئولان قسمت‌ها، با نظر رئیس شورا انجام می‌پذیرد.

علاوه بر جلسات عمومی، جلسات نیز به طور مرتب به مشاوران مربوطه تشکیل می‌شود. برای تسهیل فعالیت‌های شورا، هر مشاور کارهای یک با چند بخش را به عهده می‌گیرد. پاسخ به برخی سوالات نیز با ایجاد گروه‌های کاری صورت می‌گیرد.

(Conseil Supérieur de l'audiovisuel) CSA مدیریت شورای عالی رادیو و تلویزیون فرانسه تحت اشراف مدیر کل، انجام مشاوره‌های شورا را بر عهده دارد. دبیرخانه‌های شورا برای مدیر کل دستور جلسات را ارائه می‌کند، تشکیل پرونده و صورت‌جلسات و گزارش‌ها را تنظیم می‌کند.

برای اداره هر چه بیشتر شورای سه مدیریت طراحی شده است:
۱- مدیریت اداری - همایش: این مدیریت، مسئولیت سیاست‌گذاری، منابع انسانی و استفاده و همچنین مدیریت اداری اعضای شورا را بر عهده دارد. کارهای ساختاری سازمان نیز بر عهده این مدیریت است. سایر وظایف آن عبارتند از:
   - بودجه شورا را تعیین کرده و آن را انتقال می‌کند و تعداد مربوط به هزینه‌ها را انجام می‌دهد.
   - تجهیز و توسیع وسایل رایانه‌ای شورا و نیز تجهیزات، هماهنگی و گردانی تجهیزات را بر عهده دارد.
   - برای مدیریت امکان، اموال منتقل و کلیه وسایل و تجهیزات، اقدام یا هماهنگی لازم را صورت می‌دهد.
وظایف شهردار و ضمانت اجرایی آن
الف) وظایف شهردار

1- کنترل
کنترل یکی از اهم‌ترین تنظیم‌های است. قوانین، آینده نامه‌ها، الزامات و تعهدات و هر آنچه در خاک و حقوق آزادی ارتباطات می‌گذرد، زمانتی می‌تواند مؤثر باشد که حدود وظایف خود را رعایت کند. کنترل موارد این موارد نیز از جمله وظایف است که به عهده گزارش‌دهنده می‌گردد خانواده قانونی به نحو احسن اجرا شود.
مقدمات از گزارش بررسی کرده منظور اصولی از حفظ حرمت اشخاص و آزادی افراد از سوی کودکان و بزرگسالان برای انجام این هدف است که به حضور آنان در محیط تلویزیونی محدود شوند.

1- مصاحبه و صحت اطلاعات آثار سینمایی و رادیو- تلویزیونی به هنگام پخش

در این گزارش، تلفیقی از تلویزیونی و سینمایی و رادیو- تلویزیونی حمایت از کودکان و بزرگسالان در برای برنامه‌ها

چهارم: تبلیغات

پنجم: جامعه‌ای اخلاقی و خرید از راه تلویزیون

ششم: گسترش هر چه بیشتر زبان و فرهنگ فرانسه

این تعهدات می‌توانند خصوصیات کننده و کننده دیگری نیز داشته باشند. از دیگر هدف‌های کنترل می‌توان به قواعد مربوط به رقابت‌ها و متمرکز در بخش ارتباطات رادیو- تلویزیونی اشاره کرد. هر سال ۵۰ هزار ساعت از برنامه‌های تلویزیونی ملی، به صورت جامع بررسی و کنترل می‌شوند.

تلوزیون‌های منطقه‌ای و محلی، شرکت‌های کانال، رادیوهای عمومی و خصوصی نیز به نوبه خود از طریق نظرسنجی کنترل می‌شوند.

2- مبارزات انتخاباتی رادیو- تلویزیونی

شرایط برنامه‌های تلویزیونی و پخش برنامه‌های مربوط به مبارزات انتخاباتی را که رادیو و CSA تلویزیون قانوناً بازرسی می‌کند. به پخش آن‌ها محدود می‌شود. تعیین می‌کند و در طول مدت مبارزات انتخاباتی، توصیه‌های لازم را به رادیو- تلویزیون‌های عمومی و خصوصی کانالی ارائه می‌دهد.

3- پخش مستقیم

شرکای تلویزیونی با کیف پخش را برای یک دوره مشخص، تعیین می‌کنند. این کیف به وسیله کروه‌های سیاسی 

France inter

حال سنای مجلس ملی با سنندگانهای حرفه‌ای ملی طراحی شده و از آنتن‌های شبکه‌های پخش می‌شود.

France 3 و France 2
۵- رعايت اخلاق در برنامه‌ها

که قانوناً وظیفه `نظرارت بر کیفیت برنامه‌ها` را به عهده دارد، در زمینه مسائل اخلاق حاکم بر آنها از اخلاق‌گرده‌ای برخوردار است. این اخلاق‌گرده‌ای در زمینه اطلاع‌رسانی، حمایت از کودکان و برزگرسان (تصاویر خشونت‌آمیز، فیلم‌هایی که برای کودکان ممنوع است، مسائل نزادپرسانته و ...) اعمال می‌شود.

توصیه‌های لازم برای تشکیل رقابت در فعالیت‌های رادیوی تلویزیونی را به دولت ارائه CSA می‌دهد.

۶- خرید از راه تلویزیون

قانون حاکم بر پخش برنامه خرید از راه تلویزیون که توسط رادیو و تلویزیون‌های خصوصی و از طریق آموزه‌های زمینی صورت می‌گیرد، به وسیله CSA تعیین می‌شود.

ب) ضمانت اجرایی اقدامات

پس از قانون اول فوریه 1994 که اجازه می‌داد با شبکه‌های خصوصی نیز مانند شبکه‌های عمومی رفتار شود، برای انجام هر چه بهتر وظایف خویش توانتست دعاوا را به وکالت رادیو تلویزیون‌های عمومی و خصوصی اقامه کند و ضمانت اجرایی اداری را در دست بگیرد، ضمانت اجرایی اداری زمانی برقرار می‌شود که پخش کننده به وظایف خود عمل نکرده باشد.


ضمانات اجرایی اداری CSA عبارتست از:

۱- تعلیق جواز پخش برنامه
۲- کمیته مدت اجازه پخش
۳- در موارد بسیار مهم، استرداد اجازه.
همچنین می‌تواند پخش کنندی را به پرداخت جرایم محکوم کرده و با آن او بخواهد که
اعلامی شورا را از شبه خود پخش کند. به جز مورد نظر، اعمال بقیه ضمانت‌های اجرای تابع
تشریفات دادگستری حضوری است که متأمّم می‌توانند از حقوق خود دفاع کند. همچنین CSA
می‌تواند نسبت به جرایمی که مجازات کیفری دارند، نذد دادستان کل شکایت کند (مثل‌الاً در مورد پخش
غیرقانونی برنامه‌ای از رادیو و تلویزیون و عدم رعایت شرایط مجاز توسط استگاه رادیویی).

ترحیج می‌دهد سیاست‌گذاری و پیشگیری را در پیش گرفته و راه حل مسائل آمیز را

CSA انتخاب کند. البته در خصوص جرایمی که مجازات به خصوصی دارند، مسئله فرق می‌کند و به
شیوه‌های خاص خود حل و فصل می‌شود.

رونده تصمیم‌گیری در شورای عالی رادیو و تلویزیون

شورا با یک دوست رئیس آن، حدادهفت‌بیک پیکار تشكیل جلسه می‌دهد و از دستور جلسه را
تعیین می‌کند. حضور ۲ مشاور برای تصمیم‌گیری ضروری است و در صورت نبود رئیس شورا
ریاست جلسه با مستقل کردن مشاور خواهد بود.

تشکیل جلسه شورا با تعیین سه مشاور انجام می‌برد. این تقاضا همراه با دستور جلسه
به دبیرخانه شورا ارسال شده و جلسه مذکور حداکثر دو روز تشکیل می‌شود.

دستور جلسه نیز به پیش‌بینی مدیر کل و توسط رئیس تعیین می‌شود. در غیر از موارد اضطراری،
دستور جلسه که حاوی «مسائل متعدد» است، حداکثر سه روز پیش از جلسه با مشاوران و اگذار
می‌شود. طرح‌های مشاوره و استناد لازم با مشاوران و اگذار می‌شود. تنها در موارد
اضطراری این استناد ۲۴ ساعت قبل از جلسه با مشاوران داده می‌شود.

تصمیماتی که در ماده ۱۴ پیش‌بینی شده است، زمانی مورد
پذیرش قرار می‌گیرند که در دستور جلسه پیش‌بینی
شد باشند. هر مشاور می‌تواند یک یا چند مسئله را
در دستور جلسه بگنجاند. وی رئیس یا مدیر کل را
در جریان قرار می‌دهد و بی‌بینی منظور، اطلاعات
ضروری در این مورد را به دبیرخانه هدیه ارسال
می‌کند.

مسئولی که در یک جلسه تنها توانست برسی شود،
پیش‌بینی در دستور جلسه نشست آنی قرار می‌گیرد. با

گروه نظیر چنین دوره مشخص
تعیین می‌کند. این گروه به وسیله
گروه‌های سیاسی سوال، مجلس ملی
یا سندیف‌های مربوط به طراحی شده و
از آن‌ها مشاهده گوت‌گنگ تلویزیون
فرانسه پخش می‌شود.
وجود این اگر نیاز به اطلاعات بیشتری باشد، مسئله در دستور کار جلسه‌ای قید می‌شود که شورا بتواند با اطلاعاتی که به دست می‌آورد آنها را بررسی کند.

تصمیمات، توصیه‌ها، ملاحظات و آرای شورا با اکثریت اعضای حاضر اتخاذ می‌شوند. در صورت برادری آرا، رأی تبعین کننده با رئیس خواهد بود. اگر تعداد مشاوران حاضر حداکثر حداقل شش نفر باشد، شورا وارد شورا می‌شود.

رآی گیری پیش‌بینی شده در ماده ۷۴ قانون اصلاحی ۲۰ ژوئن ۱۳۶۳، به صورت مخفی به عمل خواهد آمد. اگر پرسش از دو دور رأی گیری تصمیم قاطعی اتخاذ نمود، رأی گیری جدید بین دو کاندیدایی که بیشترین رأی را در دور دوم کسب کرده‌اند، انجام خواهد شد و اگر به هر دلیل بیش از دو نامزد در دور دوم انتخابات رأی گیرند،آن قدر رأی گیری خواهد شد تا فردی اکثریت قاطعی را به دست آورد. عضوی شورا در زمان رأی گیری نمی‌توانند سالانه را ترک کنند.

رآی مخفی بنا به تقاضای مشاوران می‌توانند صورت پذیرد. در صورت برادری آرا، رئیس رأی تبعین کننده خود را اعلام می‌دارد.

دستور کار جلسات توسط دبیرخانه هیئت و به مسئولیت ممدی کل تهیه می‌شود. این دستور کار با یاد موارد زیر باشد:

- نام اعضای حاضر
- مسائل مطرح شده
- مطالبی که اعضا خواستار گنجانده شدن آنها در صورتجلسه بوده‌اند
- فهرستی از تصمیمات اتخاذی.

دستور کارهایی که به مشاوران داده شده است در ابتدا جلسه مورد تصویب قرار می‌گیرد و سپس در دفتر ترتیب شماره‌گذاری شده‌ای که به امضای رییس و پاراف دو مشاور تبعین شده در مجمع عمومی رسیده‌باشد. درج می‌شود.

دستور کل به مشاورهای شورا کمک می‌رساند. وی می‌تواند مشاوران و عواملی را که برای اطلاع و آگاهی شورا لازم تشخیص می‌دهد. به استفاده در آورد.

شورا نظرات و سخنانی را که مفید تشخیص دهد، مورد استماع قرار می‌دهد. نماینده‌گان مذاکور در ماده ۷۴ نیز همین قانون را پذیرفته، سخنان آنان را می‌شنوند.

رئیس، استاد و مکاتبات شورا را امضا می‌کند.
اعمالی که مورد مشورت شورا قرار گرفته‌اند، توسط مشاور مسئول آن به شورا گزارش می‌شود. به تشخیص شورا، گزارشگر پرونده، گروه تخصصی ویژه‌ای را با توجه به اهداف مورد تفاضل رئیس ایجاد می‌کند. شورا هم‌مره در جریان این فعالیت‌ها قرار می‌گیرد.

شورا همچنین می‌تواند گروه‌های مطالعاتی را برای پیگیری مسائل مربوط به موضوع خاصی ایجاد کند. هر گروه، شورا را در جریان مطالعات خویش قرار می‌دهد. دبیرخانه هیئت نیز تقویم جلسات خود را ارائه می‌کند.

مشاوران باید به طور روزانه آزمایش مراحل وارد و به طور هفته‌ای از نامه‌های ارسالی به منظور ایجاد هماهنگی مطلع شوند.

شورا در جریان ماموریت هر یک از اعضای قرار می‌گیرد.

tصیخاتی که توسط شورا اتخاذ می‌شوند، تاریخ‌گذاری شده و توسط رئیس امضا می‌شوند. این تصمیمات تحت شماره خاصی در دفتر ثبت مخصوصی به ثبت می‌رسند:

1. تصمیمات مربوط به مبارزات انتخاباتی بر اساس ماده ۱۲
2. دعوایی که تا کم دولت آقایان می‌شوند
3. اعلام نامزدی (کاندیداتوری) به منظور بهره‌گیری از خدمات رادیوئی (ماده ۱۳۶) یا تلویزیونی به وسیله امواج هرندزی (ماده ۳۱) یا ماهواره‌ای (ماده ۲۱)
4. تصویب یا بر مبنای مواد ۱۲۱،۱۳۶ و تصمیمات مربوط به اجرای ماده ۲۶
5. تعیین شرایط فنی مربوط به استفاده از فرکانس‌های ماده ۴۳
6. اخبار به دارندگان مجوز و مجازات‌های اعمال شده علیه آنها
7. تعیین تخصص‌های فنی مربوط به شبکه‌های کابلی (ماده ۴۳)
8. تعیین مدیران و رئیس شرکت‌های ملی برنامه‌سازی (ماده ۴۷)
9. چگونگی حقوق قابل اجرا بر اعلام‌های یا اطلاعات دولت (ماده ۵۴)
10. نحوه پخش برنامه‌های مربوط به تشکل‌های سیاسی یا تهدید‌های سنتی‌کاپی و حرفه‌ای (ماده ۵۴)
11. تصمیمات اتخاذی برای اجرای ماده ۱۱-۱۰
12. تصمیمات مربوط به تنظیم و پخش برنامه‌های خاص به طور کلی یا جزئی، با معرفی یا اندازی موضوعات تولیدی یا خدماتی که مستقیماً برای قروش عرضه می‌شوند
13. ملاحظات کلی و احکام بیش‌تری شده در ماده ۱۲
14. بررسی‌های بیش‌تری شده در ماده ۱۷
تصویر تصمیمات شورا در ماده پیشین، به همراه خلاصه‌ای از آن برای انتشار به روزنامه‌های رسمی فرستاده می‌شود. برای سایر مشاورهای شورا نیز در صورت درخواست، همین وضعیت رعایت خواهد شد.

آرای منتشره به وسیله شورا، در مورد فرم‌های احکام در یک دفتر مخصوص ثبت شده، به نخست وزیر و وزارت مربوطه ارسال می‌شود. این آرا در صورت لزوم فرم‌های احکام مورد مشاوره شورا را نیز شامل می‌شود. آرای مثبت جهت انتشار به روزنامه رسمی انتقال می‌یابد.

برای اجرای مواد ۷/۲۳، دبیرخانه گزارش لازم برای شورا را نیز آماده می‌کند.

کمیته مالی است سه مشاور که در جلسه عمومی تعیین شدند، تشكل می‌شود. این کمیته به عنوان مشاور، ارائه‌دهنده خدمات را باری می‌رساند و پس از کنترل بودجه سالانه، بودجه سال آتی را به شورا مالی تسویه می‌کند.

اگر داده‌های ارائه شده به وسیله کمیته تدوین صورت می‌گیرد، افراد که مطابعات متواتر با آنها ارتباط برقرار کنند، عبارتند از: رئیس‌جمهوری، مشاور تعیین شده، رئیس‌جمهوری، مشاور تعیین شده توسط مجلس ملی در مجمع عمومی و در صورت لزوم یک مشاور مخزن موضوع.

نتیجه‌گیری

بررسی ارجک های ناظر بر عملکرد رادیو و تلویزیون از آنجا جهت حائز اهمیت است که نشان می‌دهد رادیو و تلویزیون علی رغم پیشرفت‌های شان از جهت داشته‌فی، رسانه‌های فارغ از نظارت و کنترل نیستند و هم‌اکنون کشورهای جهان به نحوی از این، با ايجاد صاف‌هاى مناسب سعی در لگام زدن برای استفاده از طریقه‌ای دیگر. در این مختصات بر آن بودیم که این بحث را با نگرشی مقابس‌ای بر سازمان‌های کنترل سایر کشورها به ویژه کشورهایی که از دما می‌شود آزادی فوراکری به آنها حکم فراهم دهنده کمین تا نشان دهنده که کشورهای پیشرفته جهان نیز در مقابل خودسری و ترک‌داری‌های این رسانه، سر تعظیم فرود نیاز دارند بله همکام با آن پیش رفته‌اند و آن را مطيع فرامین و قوانین خود ساخته‌اند. شورای عالی رادیو و تلویزیون فرانسه نیز پیش از این چند ارگان است که به لاحظ ساختار وظایف و همچنین ضمانت اجرای شان توجه است. آن‌چه در ساختار شورا به چشم می‌آید، ترکب تقریباً مهکون و نسبتاً زیاد آن (۹) است و آن‌چه موجب تدقيق و توجه بیشتر می‌شود، این است که قوه قضاییه نمایندگانی در این ترکب ندارد. جایی‌گاه مشورتی این نهاد نیز
که می‌تواند طرف مشورت پارلمان قرار گیرد و جایگاهی حائز اهمیت است. به لحاظ ضمانت اجرا، شورا راه حل می‌اندازد یا را برگزاری است و تنها در مورد جرایمی که مستحق مجازات کیفری باشند، می‌تواند به دادستان کل شکایت ببرد. در غیر این موارد شورا ترجیح می‌دهد که از طریق مشکل و بحث به مشکلات پیش آمده پاسخ دهد. کيفيت برنامه‌ها نیز به لحاظ رعایت مسائل اخلاقی تحت اشراف و نظرات شورا قرار دارد و حتی شورا الگوی برنامه‌های مبارزات انتخاباتی و تبلیغات را تعیین می‌کند.

امید است تحقیق حاضر بتواند مورد استفاده پژوهشگران و نهادهای مسئول قرار گیرد.

منبع

http://www.french.TV.com.html
فناوری اطلاعات و نظارت و ارزیابی در سازمان صدا و سیما
عين آ... خنجری
مدرس دانشگاه و مدیر طرح و توسعة
سیستم های اطلاعاتی سازمان صدا و سیما

اشاره
برای تعیین میزان موفقیت و کارآمدی هر نظام هدفندی مجموعه‌ای از معیارها و روش‌های ارزیابی به کار گرفته می‌شود و برای تحلیل آن‌ها عملکرد نظام‌ها مجموعه‌ای از اطلاعات مورد نیاز است، فراهم‌کردن سازمانی مناسب و منشاء تولید و توزیع اطلاعات هستند، اما تحلیل کارآیی نظام‌ها، نیازمند مدیریت و سازمان‌دهی ساختارهای اطلاعاتی و عملیاتی است. به عبارت دیگر، نظام نشان‌دار و ارزیابی و محورهای اساسی آن که مشتمل بر ساختار محتوایی، سازماندهی، مدیریت و فراهم‌کردن عملیاتی، اطلاعاتی است، همواره‌ای که قابل اندازه‌گیری با حوزه فناوری اطلاعات دارد، علاوه بر این، ماهیت نظارت و ارزیابی در سازمان صدا و سیما، ضرورت‌های سازمانی و قابلیت‌های کاربردی و ابزاری فناوری اطلاعات، ضرورت روش‌گرایی به این حوزه فناوری را در طراحی و اجرای نظام ارزیابی روش‌سن می‌سازد، این فناوری موجب نظام‌مندی، ساخت‌یافته، تسهیل و تسريع جریان اطلاعات و همچنین ایجاد یکپارچگی در مدیریت نظام ارزیابی می‌شود.
صرف نظر از ابعاد ساختاری نظام ارزیابی، بهره‌گیری از نظام‌های انفورماتیکی، قابلیت‌ها و اجزای نظام‌های مورد نیاز برای اجرا این نظام را فراهم می‌کند. به طور کلی با توجه به ماهیت اطلاعاتی، تحلیل و محتوای نظام ارزیابی از یک طرف و تنظیم ساختاری فناوری اطلاعات با این مفاهیم از طرف دیگر، می‌توان گفت که نظام ارزیابی در یک سازمان رسانه‌ای مهم‌ای به فناوری اطلاعات بستگی دارد. از دیدگاه کاربردی و ارزیابی نیز طراحی و اجرای نظام ارزیابی متصل به مبهمگی از قابلیت‌های فناوری اطلاعات است و در این مورد جایگزینی لازم آن وجود ندارد.

مقدمه

هیچ مجموعه نظام مندی، بر اساس سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌هایی که مدتی از دیگر مدت، مطلوب با شیوه‌های معین و با بهره‌گیری از ابزار و فناوری‌هایی مرتبط با وظایف خود، در حرفه‌های مقدام به سمت اهداف خرد و کلی است. در این حرفه‌ها، یک از اجزای مهم مجموعه متانس با جایگاه و وظایف سازمانی خود و هر یک از زیرمجموعه‌ها، به دنبال تحقق اهداف خود فعالیت می‌کند اما برای این همه حرفه‌ها و فعالیت‌ها به سمت اهداف مهم‌ترین مناسب بوده است.

از آنجا که حرفه‌ی سازمان محیطی و زودگذر نیست، تنظیم و تضمین حرفه‌ی تکاملی مجموعه نیز مستلزم طراحی و اجرا از نظام‌های است که سیاست‌ها، برنامه‌ریزی‌های شیوه اجرای فعالیت‌ها و نتایج و آثار آنها از ارزیابی کرد و به عنوان یک در اختیار سایر نظام‌های سازمانی قرار دهد و در واقع، می‌توان گفت، فعالیت‌ها و توزیع نقش‌های سازمانی را تصویب و ترمیم کند. دانه به ابعاد این نظام‌ها و اینکه چه مراحل از حرفه سازمانی را در بر می‌گیرد در چالش بزرگ دیدش. در سازمان صدا و سیما، این نظام با عنوان "نظارت و ارزیابی" شناخته می‌شود.

از نظر نگارش، مهترین ارکان چنین نظام‌هایی را دو مقوله (مدیریت) و "اطلاعات" تشكیل می‌دهد. این نوشتار، بر آن است که نقش اطلاعات، ساختار و سازمان‌دهی اطلاعات، مدیریت اطلاعات، را در شکل کری (Information Technology) چنین نظامی بپذیرد که این مسئله را مورد ارزیابی قرار دهد که امروزه مفاهیم اجزا و نظام‌های فناوری اطلاعات به عنوان عصبی تفکیک‌ناپذیر از این گروه نظام‌ها، در واقع با بخشی از مهیت و هویت نظرات و ارزیابی را شکل می‌دهند.
۱) مفهوم نظامتار و ارزیابی

به‌دیهی است که هر سازمان با جمع‌آوری هدف‌‌دار و هر فرآیند نظام‌پایه‌ای (به ویژه نظام‌های و فرآیندهایی که عامل اساسی در تکرار و تکمیل آن نقش دارند) بر اساس تعريف مقایسه‌ای، و ارزیابی، سپاسیتی، تحلیل شیوه‌های برنامه‌ریزی، اجرای برنامه‌ها، بررسی و گزارش‌رسی‌ها نمایه‌ای انجام فعالیت‌ها و در نهایت اقدام به عملیات اجرایی، شکل می‌گیرد. صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک ارگان رسانه‌ای و فرهنگی، بر اساس رسالت و اهداف تعريف شده مجموعه‌ای سازمان‌پایه است که در چارچوب وظایف مولوی و برای نیل به اهداف سازمانی در حركة است.

مجموعه نظام‌های سازمانی انواع نظام‌های، فعل (open)، بازی (dynamic) و پایان (active) را شامل می‌شوند. نحوه ان سازمان‌ها عبارت است از: نظام سیاست‌گذاری، نظام مدیریتی و منابع انسانی، نظام برنامه‌ریزی، نظام تولید و پخش، نظام خرید و اطلاع‌رسانی، نظام سازمان‌دهی و عرضه منابع رسانه‌ای، نظام‌های اداری، پشتیبانی و خدماتی، نظام آموزش و پرورش و. فعالیت‌های که نظام به این معنی است که آن نظام در مقابل تغییرات جویی و بیرونو عوامل و اجزای خود با کشمکش دشان می‌دهد و در واقع به یک‌سانی فرآیندها می‌پردازد. پروانه بودن یک نظام به این معنی است که هنگامی که با به وظایف در این مفهوم است نتیجه‌‌گیری تأثیرگذار بر سیستم دچار تغییر نمی‌شود بلکه اساساً ساختار و اجزای نیست. باید به این معنی است که عملکرد و ارزیابی کارایی این گونه نظام‌ها صرفاً بر اساس نظام‌های و شیوه‌های تعیین می‌باشد. البته نظرات (پایاچه) موضوعی تحلیلی، قیاسی است به این معنی که نظام‌های به فرآیندهای گفته می‌شود که بر اساس عوامل، مشخصه‌ها، استانداردها و شناخته‌های تعریف شده (مدون یا نام‌گذاری، موضوع، نظر، فرآیند، طرح، رویه و یا غیره) از محدود شده. قرار می‌گیرد و میزان تطابق و تناسب آن را با عنصر منکور تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، هدف از تحقیق این است که فرآیند به همان صورتی باشد که تعیین کرده‌ایم. در عرض، ارزیابی فرآیندی تحلیلی و نیازمند مدل‌سازی ذهنی، انتزاعی و محترایی است که نظرات چه کسی و میزان اثرگذاری عوامل داخل در یک فرآیند بوده و عملکرد، آمار و نیز آمار آن را با این هدف دنبال می‌کند که ماهیت و اجزای فرآیند علاوه بر رنگ کمپودها و مشکلات، میزان اثربیش و کارایی را ارزیابی دهد. با استفاده از متوان نتیجه‌گیری که حتی یک نظام نظارتی نیز نیازمند ارزیابی است و یا بالاتر از آن اینکه یک نظام ارزیابی نیز خود نیازمند ارزیابی است. نکات آماده یک نظام ارزیابی زمینه مشخص
شهرت که در تعامل با تغییرات، میزان ارتباطی مطلوب خود را از دست بدهد. بنابراین استمرار
تشخیصی ممتکن بر اساس موارد، ضوابط و شاخص‌های قابل تعیین در محدوده آن نظام و
عامل دلخواه اجرا آن است و فرایند ارزیابی نیز از این قاعده مستثنی نیست. اما اینکه این اعداد ارزیابی
بر چه مبنای تعیین می‌شوند، اساساً چه میزان ویژگی در ارزیابی یک نظام مورد توجه قرار می‌گیرد و
همچنین اعتبار این میزان با چه میزان است. موضوعی است که در ادامه بحث به آن اشاره خواهد
شد.

به طور کلی ارزیابی (کارایی) سیستم‌ها، صرف نظر از نوع آنها، به روش‌های زیر صورت می‌گیرد:

- اندازه‌گیری (measurement)
- شبیه‌سازی (simulation)
- مدلسازی تحلیلی (analytical modeling)
- مدلسازی ترکیبی (hybrid modeling)

شیوه اندازه‌گیری برای نظام‌های مناسب است که در ارزیابی فرایندها اصل را بر برعکس میزان
خروجی با توجه به ورودی‌های نظام قرار می‌دهند. برای مثال، تعهد تولید یک شبکه تلگرافی با
توجه به موانع، مواد مصرفی و هزینه‌ها به روش اندازه‌گیری قابل حساب است. اما از آنجا که همیشه
عوامل دخیل در یک نظام کمی نیستند، به‌طور گسترده‌ای از روش‌های تجزیه و تحلیل به‌طور کامل
هر یک از این روش‌ها محدود به نظام‌هایی است که

ورودی و خروجی آنها به صورت کمی قابل اندازه‌گیری و محاسبه هستند.

در شبیه‌سازی، فرایندهای مختلف یک سیستم مورد بررسی قرار می‌گیرند اما به دلایل گوناگون
از جمله طولانی بودن مد زمان تکلیف فرایندها و علائم، محدودیت‌های فیزیکی و فنی، کاهش
هزینه و منابع و... عملکرد و رفتار نظام در شرایط و حالات دلخواه شبیه‌سازی می‌شود. نتایج حاصل
از این روش در بررسی میزان کارایی نظام مورد نظر قابل استفاده خواهد بود. عمده‌ترین مزیت این
روش، وسیده است و قابلیت انتخاب آن است به نحوی که رفتار هر نظام اجرا به قابلیت شبیه‌سازی است.

در روش تحلیلی، ابتدا باید پارامترهای کیفی، یا توجه به ویژگی‌های موضوعی و نظام مورد
ارزیابی، به پارامترهای کیفی تبدیل شوند و آنگاه میزان اهمیت و ارزش نسبی (وزن) پارامترها بر
اساس مدل‌های کیفی توصیف شود. در نهایت، مدل کلی سیستم بر اساس اصول منطقی، ریاضی،
آمار، قوانین احتمالات و مبنا شده و روند تکاملی نظام ارزیابی با بهره‌گیری از نتایج میانی و
رخدادهای واقعی در حین اجرای نظام تی می‌شود.
فلکن اطلاعات و نظام ارزیابی مبتنی بر اطلاعات

مفهوم "اطلاعات" میزان نظامی انتخاباتی است. انتخاباتی، شاخه کاربردی سایبرنتیک و سایبرتیک، علم گردو و گوگان اطلاعات در نظام‌های پیوری زنده‌اند افزاری و انسانی است. با وجود آنکه اولین کاربرد سیستم‌های انتخاباتی (cybernetic) تعیین شده بود یکی از این پاورشیا محاسباتی بوده است. نظام انتخاباتی اساساً به مجموعه‌ای از فرایند‌های اطلاعاتی و عملیاتی، شیوه‌های ارزیابی، تولید و توزیع اطلاعات، مدیریت منابع، مدیریت و فرآیندهای تحلیل و طراحی نظام‌ها، روش‌های اجرای در تحقیق و توسعه نظام‌ها، روش‌های تحلیلی، منطقه‌ای و مکان‌گذاری در جهت سیستم‌ها و در نهایت ابزار نرم‌افزاری، ارتباطی و سخت‌افزاری اطلاعات می‌شود. به عبارت دیگر، ماهیت سیستم‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات منابعی اطلاعاتی، مدیریتی و سیستمی است و سایر ابعاد این فناوری، ابزارهای برای بررسی و ظهور هر چه بیشتر و کارآمدتر آن ماهیت ذاتی است. این اطلاعات در سیستم‌های مختلف، توانسته و توانمند در نشان دهنده است. اگر طرف دیگر به خصوص ماهیت ملی از هر گونه نظام ارزیابی مشکل از جزو و فراوانی‌های اطلاعاتی است. 

به عبارت دیگر، نظام ارزیابی با متون به گونه‌ای تصور و طراحی کرد که قابلیت اطلاعاتی باشد. و جهت مسلم این است که هر نظام ارزیابی مکث بر اطلاعات است. به عبارات اینکه اولین بروز دادن چنین نظام‌هایی از طریق است. اطلاعات داده مفهومی نسبت بوده و طبقی از داده (data) تا دانش (knowledge)، قواعد استنتاج و مکانساز است. به گونه‌ای تاکید و تلاش قابل توجهی بین نیازهای انتخاباتی و نظام ارزیابی وجود دارد که با تبیین ماهیت، محدوده و دامنه، موضوع و موضوع، مراحل و ارکان نظام ارزیابی این پیوستگی نمایانتر خواهد شد. در حالات کلی، نظام ارزیابی و نظارت در یک سازمان مفروض، صرف‌نظر از کیفیت و کارآمدی این نظام، در تعامل و منجر به عوامل زیر است:

- نظام سیستم‌های فناوری کلان (مدیریت راهبردی)
- نظام تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی (مدیریت ارشد)
- نظام‌های اطلاعاتی (مدیریت مبنا و کارشناسی)
- نظام‌های عملیاتی و اجرایی (مدیریت اجرایی)
- نظام مدیریت سازماندهی و تخصیص منابع

به طور منظم در حوزه انفورماتیک، نظام‌های اطلاعاتی و عملیاتی که در حوزه‌های کاربردی کارکنان برای تعامل اجارا و مدیریت نظام‌های باد شده شکل گرفته‌اند، خود عاملی اساسی و تأثیرگذار در افزایش کارایی و ارتقاء کیفیت محصولات، روندها، فرآیندها و نظام‌های سازمانی بوده‌اند. این نظام‌ها در سطوح مختلف عملیاتی، اطلاعاتی، مدیریتی و راهبردی قابل بهره‌گیری بوده و بر اساس نیازهای و قواعد سازمانی دسته بندی، توسعه و مدیریت می‌شوند.

پایان‌ریزی سطح نظام‌های کاربردی علمی‌های (operating Application) با انرژی‌های اطلاعاتی و جوامع مدیریت اطلاعات (Data Retrieval Systems) اطلاعات (Data Base Management System) و تراکنش‌نامه (Transaction Processing Systems) فعالیت‌های چرخه سازمان همچون عملیات مالی، عملیات پرتستی، عملیات تخصصی منابع و تجهیزات، ابزار و ساختارهای سازمانی را نشان می‌دهد. این سیستم‌ها در سطوح مختلف مدیریت و کارشناسان حوزه‌های اطلاعاتی و کاربردی در ساختارهای سازمانی، مجموعه‌ای از سیستم‌های خودکارسازی اداری (Office Automation) به کارگرفته می‌شوند. در این سیستم‌ها به تناوب مشاغل و وظایف سازمانی محدود

کاربردی‌ترین کلیه‌های مربوط به کاربران فرآیند می‌آورد.

نظام‌های اطلاعاتی ویژه‌های نیز برای سطح مدیریت مبنا و بی‌الاتری به نحوی طراحی و اجرا می‌شوند که نیازهای اطلاعاتی آنان را برآورده سازد. اگر چه تناظر نهیقی بین سطوح مدیریتی و (Decision Support System) سطح سیستم‌های اطلاعاتی وجود ندارد، اما سیستم‌های تصمیم‌گیری (Strategic/Executive Information Systems) قابلیت تحلیل اطلاعات و فرآیند تصمیم‌گیری‌های کلان‌های نیز وجود دارد. این نوع سیستم‌ها ممکن است به کمک اطلاعات عوامل کارشناسی خبره و یا تحلیل‌های حاصل از سایر
سیستم‌های اطلاعاتی تغذیه شوند. شکل (1) ساختار سلسله مراتبی نظام‌های اطلاعاتی و عملیاتی را نشان می‌دهد.

![شکل 1 - هرم سیستم‌های عملیاتی و اطلاعاتی و نظام](image)

بنابراین ملاحظه می‌شود که تناظری ساختاری و مفهومی بین جوزه‌ها و سطوح فعالیتی و مدیریتی از یک طرف و فناوری سیستم‌های اطلاعاتی از طرف دیگر برقرار است و این تناسب و تعامل اتفاقی و تصادفی نیست.

(2) ضرورت‌ها و آثار فناوری اطلاعات در نظام ارزیابی و نظارت یک نظام جامع ارزیابی در دیدگاه گلی در برگیرنده تمام اجزا ساختار و روابط سازمانی، نظام سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، نظام اجرایی، ساختار مدیریت و سازمان‌دهی نیروی انسانی، شیوه‌های توزیع و مدیریت منابع و روابط و فرایندهای عملیاتی و اطلاعاتی در سازمان است. به عبارت دیگر، جوزه‌ها مختلف فعالیتی تشکیل‌دهنده اطلاعاتی و مدیریتی مشمول آثار طراحی و اجرای چنین نظامی است. قبل از آنکه اجزا این نظام مورد شناسایی و بررسی قرار گیرند، با ایجاد محدود نظر در
نظام ارزیابی تعریف شوند و در کلیه فراپندها و مراحل، از شیوه‌های عملی و واقعی‌گرایانه منطبق با اصول علمی و مناسب با فناوری‌ها و ابزار روزگان بهره‌گیری شود.

حوزه فناوری اطلاعات از دو دیدگاه، رکن اساسی در طراحی و اجرای نظام نظارت و ارزیابی به شمار می‌رود. به نظر می‌رسد، نظام ارزیابی در سازمان‌های محور علاوه بر کانال‌های حفاظتی و فراپنده‌ای سازمان‌های مؤثری و دولایتی مهمی در طرف دیگر، محور علاوه بر

یاد شده خود از زیرساخت‌های فناوری‌های اطلاعاتی محسوب می‌شوند.

الف) ماهیت فناوری اطلاعات در تاکید نظام ارزیابی و نظارت

از آنجا که فعالیت‌های سازمان ماهیتی رسانه‌ای و فرهنگی‌دار و یا لااقل برخوردار و ظاهر آثار و نتایج این فعالیت‌ها در زمینه‌های رسانه‌ای و فرهنگی تجلي می‌یابد، اصلی‌ترین و مهم‌ترین نظام‌ها و فراپنده‌های سازمانی، عضوی از ماهیتی محتوایی، کیفی و اطلاعاتی برخوردار. به عبارت دیگر، اگر نمی‌باشد نیز در شکل‌گیری و تکمیل فعالیت‌های سازمان نقش مهمی دارند، اما هدف غایی، عرضه منابع اطلاعاتی، فرهنگی، محتوایی و معنایی است.

در حقیقت، چنین‌چه مفاهیم و عناصر اطلاعاتی و محتوایی از فعالیت‌ها، فراپنده‌ها و مصوبات سازمان منفک شوند، آنچه باقی می‌ماند احتمالاً ارزش ویژگی‌های نوآورانه داشته‌اند. البته در سازمان صدا و سیما نیز، همچون هر مجموعه هدفمندی، روزها و گردش‌کارهای عملیاتی و اطلاعاتی در حال اجرای مناسب که از دیدگاه اطلاعاتی و محتوایی، پروروند، اما، این نظام‌ها، قابل مقایسه با نظام‌ها و روزهای اجرایی در یک شرکت تجاری یا تولیدی نیست. مصوبات سازمان بی‌ارسان می‌باشد و تأثیرگذاری بر مخاطب و توسعه و ارتقاء مفاهیم فرهنگی و اطلاعاتی در عرصه اجتماعی و بر مبنای نظریه‌های محتوایی قابل ارزیابی است و ویژگی‌های فنی، بوش چگونگی‌ها و قابل‌های عرضه منابع محتوایی تنها بخشی از عوامل مؤثر در فراپنده ارزیابی هستند.

جنایی به‌خواه‌های از جریان‌های صرف نظر گنین می‌توانیم

نظام ارزیابی و نظارت را مشتمل بر سه محور زیر

ب) مبانی:
۵ تحلیل اطلاعاتی و محتوایی
۵ نظام‌ها، روش‌ها، سازمان‌آمیزی و مدیریت
۵ فراپنده‌های عملیاتی و اطلاعاتی

جدا از ساختار و دامنه این نظام و با توجه به تعاریف،
زمن‌ها و روند شکل‌گیری و توسعه فناوری اطلاعات، محورهایی یاد شده همبخشانی قابل توجه و غیرقابل تریبیدی را بین نظام ارزیابی و فناوری اطلاعات آشکار می‌کند. بی‌بیه است که قلی اطلاعاتی و ارتباطی از این فناوری با دیدگاه‌یاد شده سازگاری است. این نگرش برای ابزاری و سیستم‌های ارتباطی به این فناوری که مبتنی بر فناوری است، متأسفانه در دو صورت می‌باشد: در صورتی که معنی‌آمیزی و تجهیزات جابجایی آن فرض می‌شود که برای انجام پردازش‌های محاسباتی و احیاناً کاربردهای جدید بست‌کارترین‌ها به کار می‌روند و حداکثر کارایی آن، انجام برخی عملیات کاربردی و نخورده‌سازی داده است.

با مورور کیلی بر منابع موجود علمی، پژوهشی و اطلاعاتی در سطح جهان (به ویژه با استفاده از منابع موجود در اینترنت) به راحتی می‌توان به تحلیل و روند شکل‌گیری و گسترش مقایسه اساسی جوهر فناوری اطلاعات دسترسی باید. این که بطور مستحکم می‌توان مورد اشاره قرار داد این است که سیستم‌های رایانه‌ای تنها یکی از ارکان این فناوری به شمار می‌روند. البته بدبختی است که قابلیت پردازشی و عملکرد سیستم‌های رایانه‌ای نیز بر اساس علم و مفاهیم رياضی، منطق، نظریه‌های آمار و احتمال و قواعد زبان شناختی و شکل‌گرفته و در بستر تجهیزات و سیستم‌های الکترونیکی رقمی (digital) به‌عمرهای کاربردی رطبه‌سازی است. روند مقابله‌ای نیز در تکوین و توسعه فناوری اطلاعات وجود دارد که عبارت از تسهیل و تسهیل تحقیق و اجرای نظریه‌های اطلاعاتی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های پردازشی، ارتباطی و تعاملی سیستم‌های رقمی است. فلسفه وجودی فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، که به طور متعارف با عنوان «فناوری اطلاعاتی» شناخته می‌شود، ارائه خدمات مؤثر و کارآمد، تسهیل و تسهیل کار فعالیت‌ها در حوزه‌های مختلف کاربردی، بهره‌گیری بهبود از منابع و پایه‌ای برای تولید منابع جدید و بهینه‌سازی فرآیندهای اطلاعاتی و عملیاتی است.

آنچه مهم است، دخالت انسان در تعویض و انتخاب روش‌های ساختاری و نظام‌مند برای تیپین و توصیف مشخصات نظام‌های عملیاتی، تحلیل نظام‌های اطلاعاتی به صورت مدون و مستند، شناخت و تحلیل وضعیت موجود و مطابق نظام‌ها و فرآیندهای سازمانی است. همچنین که قبلاً اشاره شد، حوزه‌های مختلف نظری و کاربردی همچون مفاهیم ریاضی و منطق، نظریه‌های محاسبات، روش‌های تحلیل و حل مسائل، نرمالیزه‌‌ی تحلیل و طراحی نظام‌ها، مفاهیم مهندسی مجدد و مهندسی معیکوس، مدل‌های تحلیل کارایی نظام‌ها، نظریه اطلاعات و شیوه‌های تولید، سازمان‌دهی، مدیریت و توزیع اطلاعات، مفاهیم و نظریه سیستم‌های ارتباطی و رسانه‌ای، سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی، قراردادها و استانداردهای و خدمات اطلاعاتی، خدمات رسانه‌ای و ده‌ها حوزه دیگر، اجزای اطلاعاتی و محیط‌های و انفورماتیک فناوری اطلاعات محسوب می‌شوند.
اما وجه تمایز این فناوری تعامل فعال و همیشگی عنصر زندگی‌فزاری با آن است به نحوی که این تعامل در چرخه حیات نظام‌ها و در مرکز از مراحل شناخت، تحلیل و طراحی، اصلاح و تکمیل و توسعه جریان دارد. در واقع فناوری اطلاعات (به ویژه ارکان اطلاعاتی آن) توسط فناوری در طول تاریخ است که در ساختار آن عنصر زندگی‌فزاری چاپ می‌گردد. به عبارت دیگر، دخلت، حضور و اثربخشی مغز افزار در نظام‌های مبتکر بر این فناوری و در مسیر آن است. این ویژگی موجب می‌شود فناوری اطلاعات فصل مشترک فناوری‌های مختلف و نظام‌های پویای انسانی تلقی شود. بدبخت است چنین نکرده به فناوری اطلاعات چاپ یک راه گذاری چارچوب نظام‌ها و شبیه‌های واقعی و توزیع اطلاعات فراگیر می‌برد و این فناوری را به عرضه تویید، تحلیل محتمل و تحلیل آثار و منابع رسانه‌ای و محتوایی وارد می‌کند. البته تأکید بر این نکته لازم است که این فناوری و تمام اجزای آن را به‌عنوان و محدود به توجه نمایشی و ارزیابی مستلزم تفكیر ساختاینگه و اعمال روش‌های تحلیل مدار و محتوایی برای نیل به اهداف نظام نظام‌ها است. نتیجه‌گیری و اجزای اطلاعاتی تحلیلی، محاسباتی، زندگی‌فزاری، روش‌گرافی، نظام‌مندی و ساختاینگه که همگی از عملکردی و نامه‌ای فناوری به شمار می‌روند، و این محتوای مداری و کیفیت گرافیکی اطلاعات را روشن‌تر می‌سازد. تطابق و هماهنگی اجزای اطلاعاتی این فناوری با ساختار نظام نظارت و ارزیابی (به ویژه به‌عنوان محتوایی و اطلاعاتی این نظام) نشان‌دهنده چاپ چاپگرایی دانش‌های چاپگرایی از نظر و نظارت و ارزیابی و همچنین دقیقه محوری آن در اجرای و توسعه این نظام است.

تا اینجا مطلب بر ماهیت اطلاعاتی تحلیلی و محاسباتی فناوری اطلاعات اشکال شد و چاپگرایی آن در نظام ارزیابی مورد تأکید قرار گرفت. اما موضوع دیگری نیز مطرح می‌شود و آن این است که حتی اگر این فناوری در طریق منطقی، مفهومی و محاسباتی و سایر اجزا و ساختار نظام ارزیابی در جایگاه واقعی خود قرار گرفته باشد، در طریق نظام اجرایی و اعمال مستمر روش‌های عملیاتی و اطلاعاتی نیازمند قابلیت‌ها و ویژگی‌های فناوری سیستم‌های اطلاعاتی، مدیریتی، ارتباطی و سیاست خدمات و ابزارهای حوزه فناوری اطلاعات خواهیم بود.

سازمان‌های ساختار و جریان اطلاعات در سازمان، توصیف اطلاعاتی از عملکردها و روابط افزایش سازمان، کنترل و مدیریت عملیات و
ب) ضرورت روشکر در فناوری اطلاعات در نظام نظارت و ارزیابی
بررسی ویژگی‌ها، ابعاد و آثار فناوری اطلاعات نشان می‌دهد که فلسفه وجودی و کاربردی این فناوری عبارت از تهیه و تسریع فعالیت‌ها افزایش کارایی و ارتقای ارتباط بین بناهای مدیریت و مدیریت بهینه منابع و نظام‌ها، ایجاد تعامل و افزایش هویت نظارتی و مبتنی بر زندآفرز و روابط سازمانی و اجتماعی است. از طرف دیگر، نظام نظارت و ارزیابی نیز به دنبال تحقق چنین خواسته‌ها و اهدافی است. بنابراین موضوع ضرورت‌های روشکرد به فناوری اطلاعات در نظام ارزیابی و نظام را می‌توان در چارچوب‌های زیر بررسی و تبیین کرد.

واستگی ذاتی نظام ارزیابی به فناوری اطلاعات
جوهره اصلی و هدف غلبه فناوری اطلاعات ایجاد تحرک و پویایی در نظم‌های تعاملی مبتنی بر عناصر زندآفرز و غلب بر محدودیت‌های فیزیکی و جغرافیایی است. چنین حرکتی متراfn با کیفیت‌گذاری در عین‌محتوا مداری و کیفیت‌گذاری است. همچنین که اشاره شد، از یک طرف به لحاظ ماهیت و ویژگی‌های جامع فناوری اطلاعات و از طرف دیگر، با توجه به تناوب مفهومی و منطقی بین اجزای و عناصر نظام ارزیابی و نظارت با عناصر محترف و اطلاعات و مفاهیم فناوری اطلاعات، این فناوری بخشی از همیت نظام ارزیابی را از دیدگاه تحلیلی، محترفی و مولفه‌های تعاملی و زندآفرز تشکیل می‌دهد.

بر پایه این نکرش می‌توان گفت که فناوری اطلاعات عنصری عارضی در نظام ارزیابی نبوده و از اجزای ذاتی و ساختاری آن محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، مفاهیم فناوری اطلاعات موجب عینیت یافتن نظام ارزیابی می‌شود و آن را از چارچوب مفاهیم انترنای و دهنی صرف خارج می‌کند.
قابلیت‌های کاربردی و ابزاری فناوری اطلاعات در نظرآوری و ارزیابی
تنوع ابزارها، خدمات و کاربردهای فناوری اطلاعات موضوعی است که نیازی به توضیح و تفسیر ندارد. واقعیت این است که مفهوم کاربردها و محصولات این فناوری در اساس ترين جویزه‌هاي زندگي اجتماعي و فردی وارد شده است. برخی از مهم‌ترین جویزه‌هاي مرتبط با فعالیت‌های سازمانی و رسانه‌ای در این فناوری عبارتند از:

- پژوهش‌های علمی، کاربردی و دستیابی به منابع و مفاهیم پژوهشی
- تولید محتوا و منابع رسانه‌ای (اعم از نووشتاری، شنیداری، دیداری و...
- آموزش‌های عمومی، حرفه‌ای و عالی
- ارتباطات رسانه‌ای، نشر و هنر فرهنگ و زبان و هنر
- تبلیغات و تجارت منابع رسانه‌ای
- خودکارسازی نظام‌های سازمان

پنابین بخش‌های عمده‌ای از فعالیت‌ها و نظام‌های سازمانی، به ویژه ساماندهی نظام ارزیابی
تولید و پخش و نگهداری خدمات مدیریت و ارزیابی عملکرد سازمان عملاً بدون بهره‌گیری از ظرفیت‌های کاربردی فناوری اطلاعات و سیستم‌های انفورماتیکی به نتیجه مطلوب نخواهد رسید. بدیهی است که گسترش کمی فعالیت‌ها و همچنین توسعه تکنیک‌های ساختار مدیریت و منابع انسانی، اعمال نظرات و ساماندهی و اجرای نظام ارزیابی، به ویژه با دیدگاه تمرکزگر استفاده از ویژگی‌ها و مزايا کاربردی در زمینه نظام‌های اطلاعاتی و عملیاتی، سنگینش آرای مخاطب، کنترل و نظارت بر تخصیص منابع و تجهیزات، مدیریت و کنترل ارتباطات رسانه‌ای و فنی، مدیریت عوامل تولید و پخش و سایر جویزه‌های ارزیابی و نظارت است.

ضروت‌های سازمانی
از دیدگاه سازمانی عواملی وجود دارد که ضرورت رواپردازی به فناوری اطلاعات را توجیه‌دهنده و حتی غیرقابل اجتناب می‌سازد. به‌بخشی از این عوامل مربوط به نوع فعالیت‌های سازمان است. به‌این معنی که صرف‌نظر از ابعاد و دامنه نظرات و ارزیابی و بدون توجه به میزان مطلوبیت و کارایی آن، به‌لحاظ کمی و کیفی فعالیت‌های منتو و گسترش‌دهای در زمینه تولید و پخش، پشتیبانی فنی و اجرایی، آموزش و پژوهش‌های رسانه‌ای و کاربردی، کارشناسی و طراحی نظام‌ها و روابط اطلاعاتی و صورت می‌گیرد.
بتاپرایین، نظریه‌ای که با هدف نظارت و ارزیابی فعالیت‌ها و نظام‌های سازمانی شکل می‌گیرد، باید
بتواند ارتباط اطلاعاتی و عملیاتی بسیار نزدیک و دقیق با حوزه‌های فعالیتی و تشکیلات مختلف در
سازمان‌بردار سازد. چنین ارتباطی از این جهت اهمیت دارد که اجزای ساختاری و اجرایی نظام
ارزیابی در مجموعه فعالیت‌های سازمانی بیا مولبد اطلاعات و منشأ عملیات نظارتی در نظام‌های
سازمانی مستندایا مقصد اطلاعات تولید شده و مرجع ارزیابی عملیات و نتایج فرا引ندها. در هر
صورت مدیریت و اجرای نظام ارزیابی تنها در تعامل با دیگر نظام‌های سازمانی معمولاً پیدا می‌کند و
چنین تعاملی نیز بدون وجود نظام‌های انفوداتیکی حقق و استمرار نخواهد یافت. عوامل زیر لزوم
توجه به زیرساخت‌های انفوداتیکی در نظام ارزیابی و نظارت را روشن‌تر می‌سازد.

ت نوع فعالیت‌های سازمانی صدا و سیما براساس رسالت خود فعالیت‌ها و وظایف گروگان‌یکی دارد.
نوع فعالیت‌های رسانه‌ای به عنوان اصلی‌ترین وظیفه سازمان، طیف وسیعی از فعالیت‌ها و مراحل را
شامل می‌شود. انجام پژوهش‌های بنیادی و کاربردی، آماده‌سازی منابع پژوهشی و نگارشی به
عنوان منبع تحقیقی محتوایی برای تولید برنامه‌های داده‌پذیر و تلویزیونی، کدآروری، تنظیم و ارائه
خیاب و اطلاع رسانی در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، علمی، سیاسی، اقتصادی، حوادث و وقایع،
ورزش و سرگرمی، مناسبی‌ها و رویدادهای تاریخی و منهی‌نشینانه بخشی از فعالیت‌های سازمان را
تشکیل می‌دهد. سازمان‌های منابع رسانه‌ای و آرشیوی و نگهداری آنها، تأمین و پشتیبانی تجهیزات،
ابزار و مواد مصرفی تولید و پخش، طراحی و اجرا و نگهداری سیستم‌های ارتباطی رسانه‌ای تمامام
فعالیت‌های مستندی که رأساً توسعه سازمان به انجام می‌رسند. در باخی نهایی‌سازمان نیز
مدیریت منابع انسانی و همچنین ارائه خدمات مستقل سازمانی برای کارکنان به ویژه خدمات
بهداشتی - درمانی و تأمین بازنده‌هایی از فعالیت‌های قابل ذکر است. البته فعالیت‌های سازمان
تنها

حجم فعالیت‌ها: مرواری بر میزان تولید و پخش شبکه‌های متعدد سیما و صدا در چارچوب
تعهدات سالانه در ابعاد محلی، کشوری و بروز مزی و تأمین پوشش جغرافیایی و جمعیتی
سازمانی حجم انبوهی از منابع رسانه‌ای، مدیریت و تأمین خدمات پرسنلی، گسترش‌گر تشکیلات و
ساختار سازمانی به نحوی که هر یک از مراکز استان‌ها خود سازمان صدا و سیمایی در مقیاس
کوچک‌تر مستند. فعالیت‌های دفاتر خارج از کشور، ساماندهی تجهیزات تولید و پخش و تأمین حجم انبوه
مواد مصرفی و اقلام اداری، مدیریت اموال و دارایی‌های سازمان، حجم سنجش عملیاتی مالی و بودجه نموده‌هایی از کلکتر عملیات و فرایندهای سازمانی است، مدیریت اطلاعاتی و عملکردی و نظراتی همگرا این فعالیت‌ها بدون به‌همگامی از نظام‌های انتخاباتی سامان نمی‌یابد.

تغییرات ساختاری و مدیریتی: بروز تغییرات در شرح وظایف و تشکیلات سازمانی موجب می‌شود که بسیاری از فرایندهای عملیاتی و اطلاعاتی و گردش کارهای سازمانی نیز نیاز دچار تغییر شوند. چنانچه نظام ساختپایتهایی وجود داشته باشد، هدف مورد نظر در نگرش و اراییابی محقق نمی‌شود در حالی که محیط و دلیل اصلی تغییرات ساختاری و مدیریتی، اندازه کارایی سازمان و فرایندهای آن است. علاوه بر این، تغییر در ساختارهای سازمانی خود به خود منجر به تغییر عوامل و معیارهای نظراتی و شاخصهای کارایی می‌شود و این امر نشان می‌دهد که نظام ارزیابی و نظرات باید قابلیت انعطاف و ظرفیت تجدید ساختار و در عین حال امکان تضمین جامعیت خود و حفظ سازگاری اجرا و عوامل تأثیرگذار را داشته باشد. در غیراین نظام‌های انتخاباتی، بخش عمده‌ای از عملکرد مدیریت و فرایندهای سازمانی و عوامل مؤثر در کارایی که مربوط به قبول از تغییرات می‌شود، عملاً قابل دستیابی نیستند. بنابراین قبل از آن که امکان تحلیل و بررسی شاخصهای کارآمدی نظام‌های سازمانی فراهم شود، فرایندها و ساختارهای جدیدی شکل می‌گیرند و این چرخه همان‌گونه تکرار می‌شود. وجود نظام‌های انتخاباتی موجب می‌شود که نظام ارزیابی در متن فعالیت‌های سازمان قرار گیرد و دستیابی به اطلاعات و تحلیل شاخصهای کارایی در زمان دلخواه میسر شود که در این صورت، نتیجه‌گیری‌های نیز به اهداف سازمان زدیک‌تر خواهد شد.

پراکندگی جغرافیایی مراکز و واحدها: سازمان صدا و سیما را از لحاظ پراکندگی مکانی و جغرافیایی تشکیلات و عملیاتی شاید بتوان منحصر به فرد دانست. علاوه بر استقرار مراکز صدا و سیما در همه استان‌ها، در خارج از کشور نیز دفاتر متعددی مشغول فعالیت هستند. ده‌ها واحد عملیاتی و عوامل سیاست‌ها در اقصی نقاط کشور مستقل ساماندهی و برقراری ارتباطات رسانایی را به عهده دارند و بر پایه استراتژی‌های نظارت بر فعالیت‌های سیما و رادیو، به همراه با دلیل بعد مسافت مشکلات خاص خود را دارد. به‌هرگیزی از سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطات تعاملی موجب تسهیل و تسريع فعالیت‌ها، کاهش هزینه‌های اعمال نظارت بر عملکرد این واحدها و اجرای نظام ارزیابی خواهد
بود. به طور کلی، وسعت جغرافیایی کشور آثار کاملاً متغیری در کلیه فعالیت‌های سازمان و به ویژه
تأمل‌ین پوشه رسانه‌ای دارد.

(ج) اثرات فناوری اطلاعات در نظامت و ارزیابی
قبل از هر چیز توضیح این نکته لازم است که در این بخش، تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی در نظام
ارزیابی و نظارت، مدل‌برداری قرار می‌گیرد. نه تنها آن در تأمین نظم و منطقه‌ای سازمان، بنا براین
با فرض طراحی و اجرای نظام جامع برای تحقق اهداف نظارت و ارزیابی در اینجا تبیین آگاهی را
دنیال می‌کنیم که در صورت بحران گرفتن نظام‌های اطلاعاتی و انفورماتیکی حاصل می‌شود. همچنین
در این وسیله ثابت‌گذاری بر ساختار و عملکرد نظام ارزیابی را برد و توجه قرار
می‌دهیم و اثر غیرمستقیم آن را به منجر به بهبود فعالیت‌ها و ارتقای کارایی سازمان می‌شود.
موضوعی جداییانه تلقی می‌کنیم.

• نظام مندی و ساختارپذیری فرآیندهای نظارت و ارزیابی
بر اساس تعريف، «نظام» که به خودی خود مفهومی است، به مجموعه‌ای از فرآیندهای
مرتب شده هم گنه می‌شود که به‌پایه عوامل و متغیر و با انجام فعالیت‌ها و پردازش‌های
معنی‌دار، مجموعه‌ای از عملکرد و خروجی‌های قابل تفسیر و ارزیابی می‌باشد. اما علت باره‌ای
اندراز در اولین قدم مستلزم به‌وجود آوردن ایده‌های و مورد توافق، ابزارهای لازم برای شناخت
و تبیین ساختار و اجزای نظام، تدوین تعامل اجزا، مشخصات ورودی‌ها و خروجی‌ها، شاخص‌های
ارزیابی عملکرد و کارایی اجزا و فرآیندها و در نهایت مسئولیت‌های در چارچوب مدیریت و روش‌های
تحلیل و طراحی مفهومی، منطقی و فیزیکی است. یکی از مهم‌ترین اثرات فناوری اطلاعات، حاکم کردن
دیدگاه حساسیت و نظامگرایی در شناخت نیازهای سازمان در
مقوله نظام و ارزیابی و طراحی نظام‌های عملیاتی،
اطلاعاتی و مدیریتی، مناسب با نیازهای و نتایج
امکان‌برداری برای نیت به اهداف سازمان است.
طراحی چنین نظامی ممکن است اجرا و تغییرات در
ساختارهای سازمانی اهمیت صریح و ظرفیت
تکنیک‌ها و ساختار مدیریت، فرآیندها، شیوه‌های
اجرا، شاخص‌های عملکرد اجزا و حتی بازنگری در
بهینه‌سازی فرآیندها و کاهش عملیات و
مطالعات و هدف‌مند نهایت کاربرد و
فعالیت‌های موثر از تأثیر مستقیم
اعمال دیدگاه مبتنی بر فناوری اطلاعات در
طراحی نظام نظارت و ارزیابی است.

سیاست‌گذاری‌ها و سیاست‌های کلان رسانه‌ای را به دنبال داشته باشند. علاوه بر این، بهبهان‌سازی فراخوان و گردش عملیات و جریان اطلاعات و حذف عناصر تکراری و فعالیت‌های موازی، از نتایج مستقیم اعمال دیدگاه بنی‌بیتی بر فناوری اطلاعات در طراحی نظام ندارد و ارزیابی استفاده از طرف دیگر، حاکمیت ساخت‌پایگان و نظام‌بندی، امکان تحلیل و ارزیابی محتمالی و بررسی میزان اثرگذاری برنامه‌ها و عملکرد سازمان را بر اساس شاخص‌ها و معیارهایی که خود محصول دیدگاه سیستمیستی هستند، می‌سرد و از ابتلا فراخوان ارزیابی به فرد محوری و سلیقه‌گرانی و روزمره گنج‌گیری می‌نماید.

• تسهیل جریان اطلاعات و تسهیل بازخوردها

به‌دیدگاهی از نظام‌های عملیاتی و اطلاعاتی در پیکره نظام ارزیابی و نظرات، امکان سازمان‌دهی، قدرت و ارائه اطلاعات را در سطوح مختلف مدیریت فراهم می‌سازد. البته اطلاعات اولیه عموماً توسط عامل زندگی‌فرآور تولید و وارد صفحه جریان اطلاعات می‌شود. از این بابت، وابستگی نظام‌های انفورماتیک به منابع انسانی کاملاً مشهود است اما هر گونه تأخیر و تعلل در تغذیه اطلاعات این نظام قابل تشخیص و کنترل خواهد بود. بازخوردهای مستقیم مربوط به فعالیت‌های سازمان نیز به‌عنوان وجود یک رابطه ارتباطی در هر زمان قابل دسترسی است. استخراج و دستیابی به بازخوردهای غیرمستقیم نیز که از طریق لایه‌های مختلف نظام‌های اطلاعاتی امکان پذیرید می‌شود. امکان تعامل پیوسته و نامحدود بین نظام ارزیابی و عوامل انسانی آن با عناصر و اجراي نظام‌ها و فعالیت‌های سازمانی که می‌سرد و نتایج بررسی و تحلیل بازخوردها به عنوان حامل‌های نظرات در نظام‌های سازمانی اعمال می‌شوند.

• یکپارچگی مدیریت نظام ارزیابی در عین توزیع اجرايی

وجود نظام‌های انفورماتیکی، کنترل و مدیریت متمرکز، نظام اطلاعاتی و عملیاتی را در حوزه ارزیابی می‌سازد. همچنین یکپارچگی و جامعیت ساختارها و فرآیندها بر اساس اصول و روش‌های مهندسی اطلاعات و قواعد نظام‌های مدیریت بانک اطلاعات نامتمرکز صورت می‌گیرد. در حین آن، سطوح مختلف اجرایی و مدیریتی بر اساس چگونگی شکست و نظام ارزیابی و نظرات امکان اعمال اختیار و انجام وظایف محوله را خواهد داشت اما در عین حال کنترل و مدیریت جریان اطلاعات و نظرات بر عهده مسئولیت‌های اجرایی و مدیریتی بود که از آثار جانبی چنین سیستم‌ها،
کانونی‌های کردن نقش عوامل نظارت به نحوی است که هر یک از اجزای نظام صرفه‌با توجه به جایگاه تعريف شده خود، امکان دخ‌و تصرف در گردش کارها و جریان اطلاعات بیاند.

۴) جوهر های کاربرد انفورماتیک در نظارت و ارزیابی

در حرکت سازمانی مجموعه‌ای از نظام‌های مدیریتی، نظام‌های اجرایی و فرآیندهای عملیاتی و اطلاعاتی را در بر می‌گیرد. نظام ارزیابی و نظارت شامل ساختارهای اطلاعاتی و فرآیندهای واسط است به نحوی که زنجیره فعالیت‌ها را تکمیل کرده و موجب همبستگی و هماهنگی نظام‌ها در جهت تحقیق اهداف سازمان می‌شود.

به طور کلی نظارت و ارزیابی فرآیندهای اصلی زیر را در بر می‌گیرد:
۵) تعریف و تبیین اهداف (توصیف و تشریح وضعیت مطلوب)
۶) طراحی و تدوین شاخص‌های ارزیابی نظام‌ها و عملکرد‌ها
۷) نظارت بر فرآیندها و اعمال نتایج ارزیابی در ساختارهای سازمان (برای تضمین حركت در چارچوب رویه‌های تعريف شده)
۸) تشکیل و ارزیابی میزان کارکرد و اثر بخشی نظام‌ها و عملکرد‌ها

ارتقای کیفیت و کیفیت افزایش کارایی، ارتقای بهره‌وری، تاثیر محوری، برخورداری از استانداردهای کیفی و کیفی در انتقال پیام و شیوه‌های اجرا و تخصصی و مدیریت منابع بخشی از اهداف نظارت و ارزیابی است. در فرآیند نظارت و ارزیابی با بهره‌گیری از شیوه‌های مختلف، مؤلفه‌های تاثیرگذار در گردش اطلاعات، عناصر و اجزای نظام‌ها و عملکرد‌های سازمانی شناسایی، تحلیل و ارزی‌شناختی می‌شوند و با اصول و معيارهای مطلوب مورد مقایسه تطبیقی و تحلیل قرار می‌گیرند. نتایج حاصل از این فرآیند بر اساس ضوابط معیین در نظام سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، اجرا، مدیریت، استاندارد‌ها، تشکیلات و سایر اجزا و عناصر رسالت‌های اعمال می‌شود.

الف) نقش انفورماتیک در توصیف ساختار مفهومی نظارت و ارزیابی

فرآیند نظارت و ارزیابی را می‌توان از دو دیدگاه مورد توجه قرار داد. دیدگاه اول، ابعاد ساختاری و ماهیت نظارت و ارزیابی را شامل می‌شود. تعیین اهداف و تبیین سیاست‌های میان مدت و راهبردی، تعريف اجزا و فرآیندها، چگونگی ارتباط و تعامل با دیگر ساختارهای و فرآیندهای سازمان، دامنه نظارت و ارزیابی و مدل طراحی و سازمان‌آمیزی این نظام، از ابعاد ساختاری آن به شمار می‌رود. دیدگاه دوم، این نظام را بر اساس مشخصات کارکردی، شیوه‌ها و اجزای نظارتی.
 نحوه ایجاد یکپارچگی و ساماندهی اطلاعاتی و به طور خلاصه چگونگی اجرای نظام ارزیابی مورد توجه قرار می‌دهد. در بخش اول، صرف نظر از آن که نظام ارزیابی چگونه اجرا می‌شود، توجه اصلی به ماهیت و سابقه نظام معطوف است. به نظر می‌رسد مهم‌ترین ارکان ساختاری این نظام عبارتند از: اهداف و شناخت هدفی که میزان همگرایی فعالیت‌ها را در نظر دیده شده با هدف نشان می‌دهد.

5 توصیف فراپندار و نظام‌های سازمان

6 دامنه نظرت و ارزیابی

7 شناخت‌های توصیف کننده عملکردی سازمان

تبیین و توصیف اهداف و شناخت‌های کلی، عموماً در حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری‌های راهبردی قرار می‌گیرد. این بخش از ساختار نظرت و ارزیابی ماهیتی محوری‌ای دارد که برخاسته از مبانی اعتقادات و ویژگی‌های انقلابی نظام جمهوری اسلامی بوده و بر پایه موازین فرهنگی، آداب و رسوم و زیستن‌های اجتماعی، سوابق تاریخی، منابع ملی، روابط بین المللی و شکل می‌گیرد.

تشخیص مشخصات و ابعاد هر یک از عنصرها، نشانه‌های به‌همگرایی از مدل‌های تحلیل و ساماندهی نظام‌های عملیاتی و اطلاعاتی است. با توجه به تشخیص فراپندارها در یک سازمان رسانه‌ای مانند صدا و سیما تنها از طریق طراحی یک مدل جامع می‌توان ویژگی‌های مفهومی و ساختاری نظام‌های سازمانی و روابط پیچیده‌ی عناصر و اجزای آن را تبیین و توصیف کرد. سپس تجزیه نظام‌های سازمانی، در نهایت به فراپندارهای ساده ختم می‌شود و در واقع طرح نظام کلای که بی‌دیدگی انرژیکی اولیه شکل گرفته بود به طرح نظام‌های عملیاتی و اطلاعاتی تبدیل می‌شود. با بهره‌گیری از فراورشها و ابزارهای مهندسی سیستم‌سازی آن توانایی حداکثر می‌رسد.

به علاوه، تداوم و توسعه فراپندارها و عنصر تکراری و خشکی در نظام‌های سازمانی قابل شناسایی شده و نقش عملیاتی، اطلاعاتی و چارچوب وظایف و شناخت‌های نظارتی و ارزیابی عناصر و اجزای نظام‌ها و فراپندارهای مرتب مشخصی می‌شود. البته همه نظام‌ها (از جمله نظام‌های محرومان) لزوماً در قالب نظام‌های عملیاتی و اطلاعاتی قرار نمی‌گیرند، اما به هر حال حاکمیت دیدگاه سیستمی و تبیین اجزای و معنای نظام‌ها و روابط میان آنها با روش‌های سیستمی لازم این فایده را می‌دهد که مسیر و چگونگی حرکت اجزا به سمت اهداف را تعیین می‌کند و تخطی از نقش‌ها، وظایف و میزان تطبیق رفتارها و عملکرد اجزای نظام با وضعیت مطلوب را قابل شناسایی و تحلیل می‌سازد. در صورتی که چنین دیدگاهی اعمال نشود، نظام ارزیابی و نظارت به شکل حکیمی حقیقی نخواهد یافت و هیچ تضمینی برای همگرایی عنصر این نظام وجود نخواهد داشت. جالب توجه تر اینکه در چنین
حالته، خرد، اچیره، تیم، با، عقلانی، در، نظام‌های ارزیابی، به، دنبال، تحقق، خواص‌ها، و، اهداف، شخصی، خود، خواهند، رفت، و، در، نتیجه‌ای، یا، وجود، آنها، ممکن، است، با، جزئی، خود، را، موفق، بداند، بیان‌نامه، بزرگ‌تر، مفاد، به، اهداف، ارزیابی، جهت‌گیری، خواهند، کرد. تشخیص، چنین، پیامدهایی، نیز، در، کوتاه‌مدت، میسر، خواهند، بود. به، عوارض، روشن‌تر، چنانچه، دیدگاه، ملی، بر، نظام‌مندی، در، فرآیند، نظرات، و، ارزیابی، اعمال، نشود، نتیجه‌گیری، از، قراردادن، یک‌پارچه‌گری، و، همگرایی، تحقیق، نمی‌باشد. هرکدام، با، بسته‌بندی، و، اصلاح، نیز، دو، علمی، به، روابط، تعامل‌های، شده، و، نظام‌مندی، حداقل، منجر، به، تغییر، شکلی، و، قابلیت، در، ساختار، نظرات، و، ارزیابی‌ها، می‌شود، و، این، چرخه، می‌تواند، با، هم‌نامه، ادامه، یابد.

از، تجربه، نیز، تبیین، اهداف، اساسی، و، تعريف، توصیف، شخصی‌های، کلان، تهیه، برای، حرکت، به، سمت، وضعیت، مطلوب، گفته، نمی‌کند، زیرا، از، این، سطح، مسائل، به، صورت، برخی‌ها، و، انتزاعی، طرح، منشوند. به، عبارت، دیگر، اهداف، میانی، و، شخصی‌های، در، سطوح، نظام‌های، تعریف، می‌شوند، تا، در، سه‌تایی، اهداف، مبنا، و، تنظیم، جهت‌گیری، نظام‌های، سازمانی، با، این، شخصی‌ها، در، مبانی، و، (و، بلندتر)، اهداف، راهبردی، جامعه، تحقیق، به، پوسته، بر، رابطه، اهداف، و، شخصی‌های، کلان، شخصی‌های، مبنا، بدون، توصیف، نظام‌ها، و، فرآیندهای، سازمانی، قابل، تبیین، و، استخراج، نیستند. به، عبارت، دیگر، ژانری، که، چند، کشور، نظام‌های، سازمانی، (به، فرض، وجود)، مشخص، نشود، اساس‌نما، نظرات، و، ارزیابی‌های، این، نظام‌ها، به، می‌تواند، خواهد، بود. این، در، یک، از، ضرورت‌های، نظرات، و، ارزیابی، بررسی، وضعیت، موجود، نظام‌ها، و، فرآیندهای، سازمانی، در، جهت‌های، مورد، نظر، در، نظام‌های، ارزیابی، است. این، بررسی، نیز، مستلزم، وجود، فرآیندهای، و، نظام‌های، مدون، بر، اساس، اصول، مهندسی، روش‌ها، و، فاروگوش‌های، تحلیل، و، طراحی، نظام‌ها، وجود، مستندات، مدون، حاوی، گردش، کار، فعالیت‌ها، و، تحلیل، تحلیل، تا، انتشار، اطلاعات، سازه، و، قالب‌های، اطلاعاتی، شرح، وظیفه، استفاده‌نامه، و، انواع، تخصصی، منابع، از، جمله، نیاز‌های، ساختاری، در، نظام‌های، ارزیابی، است. ابته، در، حال، حاضر، به، جز، شرح، وظیفه، (نیاز، خورده)، و، نظریه‌ها، تولید، برنامه‌ها، مستندات، مدون، دیگری، وجود، ندارد. این، به، در، قدم، اول، به‌دست‌آید، ساختار، نظرات، و، ارزیابی‌های، تصور، و، توصیف، از، فرآیندها، و، نظام‌های، سازمانی، خواهد، بود. به‌دست‌آید، است، که، چنین، تصویری، تهیه‌ای، شده، با، به‌هم‌گردی، از، روش‌های، انفورماتیک‌های، حاصل، می‌شود، همچنین، فرآیندها، روش‌ها، ساختار، اطلاعات، و، سایر، عناصر، و، اجزای، نظرات، و، ارزیابی‌های، در، صورتی، که، عنوان، یک، "نظام"، قابل، طرح، و، ارزیه، خواهند، بود، ممکن، در، مدیری، روش‌ها، و، ابزارهای، تحلیل، طراحی، تکمیل، و، توسعه، نظام‌ها، باشد.
تعیین دامنه و تصمیم‌گیری در مورد حوزه شبول‌و نظارت و ارزیابی در وله‌ای اول متأثر از سیاست‌گذاری‌های کلان است. چنانچه تعیین محدوده نظام ارزیابی به ترتیب حاصل از بررسی‌ها و شناخت وضعیت موجود یا مطلوب بوده و بر اساس مرحله امکان‌سنجی ترکیبی و اجرای این نظام معکول (System Scope) کار دشواری نخواهد بود. به طور کلی قلمرو نظارت و ارزیابی را می‌توان در دو بخش خلاصه کرد:
- حوزه رسانایی
- حوزه عضوی (غیررسانایی)

این تقسیم‌بندی بر اساس فعالیت‌های تخصصی و عملیاتی توجه‌پذیر است. البته در این موضوع که کلیه وظایف برنامه‌ریزی‌ها و فعالیت‌های سازمان مجموعه و به صورتکه برای همه جهت حلقه اهداف سازمانی است ترتیبی وجود ندارد، اما حوزه‌های فعالیتی مخلوطی را می‌توان نام برد که وابستگی وجودی می‌تواند، محبوب‌العصر، حوزه رسانایی، حوزه‌های رسانایی ندارند. از جمله این حوزه‌های فعالیتی می‌توان به مدیریت مالی، عملیاتی، اداری، حوزه فعالیت‌های برنامه‌ریزی و نظام‌دهی، خدمات پشتیبانی پرستیژ، خدمات رفاهی و بهداشتی، حوزه‌های عمرانی و ساخت‌مانی، مدیریت اموال و نیروی انسانی و اشکال کرده.

ارزیابی حوزه رسانایی، به دو حوزه برنامه‌ریزی و حوزه رسانایی- ابزاری قابل تفکیک است. دامنه موضوعات و فعالیت‌های برنامه‌ریزی را می‌توان بر اساس ماهیت و ساختار مفهومی در دو دامنه‌هایی دسته‌بندی کرد:
- ارزیابی نظام برنامه‌ریزی تولید و پخش
- ارزیابی نظام برنامه‌سازی
- نظارت و ارزیابی برنامه

البته دامنه نظارت و ارزیابی می‌تواند در برگیرنده سیاست‌های و برنامه‌ریزی‌های کلان در کلیه حوزه‌های رسانایی و غیررسانایی باشد. از دیدگاه سیستمی، این حوزه نیز مشمول نظارت و ارزیابی قرار می‌گیرد اما در طرحی و اجرا نظام ارزیابی ممکن است عناصر و ملاحظات ویژه‌ای بر دامنه نظارت و ارزیابی تأثیرگذار باشد.

دامنه نظارت و ارزیابی را می‌توان تا سطوح عملیاتی و اجرایی و خرد نظارتی در قابل زیر دانه‌های محدود تر تقسیم کرد. این تقسیم‌بندی از آن دیده می‌شود که فراخوان توصیف و استخراج شاخص‌ها از نظر می‌کند. چرا که شاخص‌هایی ارزیابی را می‌توان صرفه‌بر اساس جاری‌می‌باشد.
مفهوم کلی بیان کرد. این موضوع به ویژه در مورد شاخص‌های توصیف کننده عملکرد گردیدن سازمان مصداق می‌یابد.

شاخص‌ها مهم‌ترین عنصر ساختاری در نظام نظرات و ارزیابی هستند. به طور کلی هر نوع شاخص‌های حاوی ویژگی‌های و مختصاتی به شرح زیر است:

- عنوان و مفهوم
- زمینه اعتبار
- اعتبار زمانی
- سطح کمیت‌پذیری
- ارزش نسبی (وزن)
- مرکب یا ساده بودن
- تفییرپذیری/ثبات مؤلفه‌ها

یکی از ابعاد اساسی در بررسی و تقسیم‌بندی شاخص‌ها، توجه به سطح کمیت‌پذیری است. از این دیدگاه سه سطح از شاخص‌ها قابل شناسایی است:

- شاخص‌های کمی
- شاخص‌های کیفی (کمیت‌پذیر)
- شاخص‌های محتوایی (کمیت‌ناپذیر)

شاخص‌های کیفی چه طبق محتوایی از شاخص‌ها را شامل می‌شود که مستقیماً قابل ارزش‌گذاری و اندام‌گیری نیستند. اما با تجزیه و تحلیل مؤلفه‌ها و به ویژه با اثرگذاری عوامل زندگی‌افزاری و همچنین تجزیه مؤلفه‌ها مرکب به مؤلفه‌های ساده و بهره‌گیری از روش‌های قیاسی می‌توان این نوع شاخص‌ها را کمیت‌پذیر کرد و یا لاقب سطح کمیت‌پذیری آنها را افزایش داد. برای مثال، شاخص‌های مربوط به تعیین قابل، موضوع، طبیعه و ویژگی‌های هنری و فنی برنامه‌های تولیدی را می‌توان جزو این دسته از شاخص‌های کیفی نظر کرد.

شاخص‌های محتوایی ماهیتی کمیت‌ناپذیر دارند. اگر چه اثر عملکردی یک نظام ممکن است با ترکیب سطوح مختلفی از شاخص‌ها توصیف شود، اما تبیین آثار محتوایی نظام‌های و فرایندها صرفاً با بهره‌گیری از مدلهای و فرآیندهای تحلیل سیستم‌های اجتماعی حاصل می‌شود. این نوع شاخص‌ها عموماً در گذر زمان و در بهره‌های زمانی مدت و بلند مدت قابل تحلیل و ارزیابی بوده و مؤلفه‌های محتوایی را در میزان اثربخشی محتوایی فعالیت‌های رسانه‌ای در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، انتقادی و دخالت می‌دهند. بنابراین بررسی و توصیف
(شنبه‌ی ۱۳۹۶-۱۳۹۷) شماره ۸، سال ۵۸

شاخ‌های محتوا و مقول‌های فراگیر است که قابل تدوین در یک حوزه خاص رسانه‌ای (شنبه‌ی ۱۳۹۶-۱۳۹۷) نیست.

(ب) کاربردهای انفورماتیکی در نظارت و ارزیابی

در این قسمت، اجرای نظام نظارت و ارزیابی از ابتدای مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد و در هر زمینه نقش کاربردی، کارکردهای ابزار و فناوری سیستم‌های انفورماتیکی روشن می‌شود. در اغلب موارد، تنها به ذکر عنوان و توصیف مشخصات کارکردهای اطلاعاتی نظارت دهنده انفورماتیکی اکتفا می‌شود. زیرا در صورت آماده‌ی بودن شرایط و رعایت پیش‌نیازهای تخصصی و تأمین منابع اعتماد هزینه‌ی نیروی انسانی، تجهیزات و امکان بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و تجربه‌ی داخل و خارج از سازمان، کلیه این نظارت‌ها قابلیت عملیاتی شدن و به فعلا رسانید را دارند.

قابل ذکر است که بهره‌گیری از نظام‌های انفورماتیکی به خودی خود ابزار نظارتی نازم را بی‌رو اجرا نمی‌نماید. به عبارت دیگر، کاربردی نظام‌ها و ابزارهای انفورماتیکی، که در این بخش به آنها اشاره می‌شود، منحصر به نظارت و ارزیابی نیست و در صورت ایجاد و توسعه چنین کاربردهای قوی از ساختارهای سازمانی به تناسب وظایف و فعالیت‌های خود امکان بهره‌گیری از آنها را خواهد داشت.

• کاربردهای انفورماتیکی در حوزه نظارت و ارزیابی رسانه‌ای

در بخش قبل، دامنه نظارت و ارزیابی در حوزه رسانه‌ای به در زیر دانسته و فنی تقسیم شد. بر پایه همین تقسیم‌بندی، نظام سياست‌گذاری و برنامه‌ریزی تولید و پخش را از محورهای مهم نظارت و ارزیابی در حوزه برنامه‌ای است، از چند دیدگاه می‌توان مورد بررسی قرار داد. هدف اساسی در نظام برنامه‌ریزی تولید و پخش، ساماندهی و هدایت حرکت رسانه‌ای در جهت ارائه آثار رسانه‌ای با تأکید بر ماهیت و اثرگذاری محتوا بر برنامه‌های است.

علاوه بر این، تکیه بر کارآمدی نظام برنامه‌ریزی به مفهوم بهره‌گیری بهینه از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های منابع اعم از عوامل انسانی، تجهیزات تولید و برنامه‌سازی، مواد مصرفی و همچنین تعريف ساختار نظام برنامه‌سازی و توصیف شاخص‌های ارزیابی برنامه‌ها بر اساس قابلیت‌های طبقات، اهداف، موضوعات محورهای پیام، همگونی و سایر ویژگی‌های هنری، رسانه‌ای و محترمان از جمله مواردی است که در حوزه نظارت و ارزیابی قرار می‌گیرد. البته مختصات فوق قابل تعمیم به کونه‌های مختلف اطلاع‌رسانی اعم از تولید، تأمین و تنظیم اخبار، تأمین برنامه‌ها و
محصولات رسانه‌ای داخلی و خارجی، برنامه‌های پخش زنده، تبلیغات تجاری و فرهنگی و هر نوع
انتقال پیام در بستر رسانه‌ای نیز هست.

نظام برنامه‌ریزی به دنیال طراحی و اجرای نظام تعهد تولید و پخش منابع رسانه‌ای از شکبندی
مختلف صدا و سیما بر اساس اهداف، موضوعات، طبقات و موبیلیا در چارچوب استانداردها،
نرخ‌ها، شاخص‌ها و مثابه شخصیت و تعیین ضوابط و مالکیت، برآورده می‌شیند، نیروی انسانی،
تجهیزات و مواد مصرفی مورد نیاز در نظام برنامه‌سازی است. این نظام از دو دیدگاه قابل ارزیابی
است:
م Karabi عمیقات و بازدهی
اثربخشی (دستیابی به اهداف)

دیدگاه اول، این نظام را بر اساس عملکرد آن نسبت به تعهدات و در واقع با مقایسه خروجی‌ها و
ورودی‌ها و همچنین نحوه استفاده از امکانات و ظرفیت‌های رسانه و میزان بهره‌وری مورد ارزیابی
قرار می‌دهد. اما دیدگاه دوم، مثبک بر شاخص‌های محتوا است و تعیین میزان استیمایی به اهداف
رسانه‌ای را مورد توجه قرار می‌دهد. در حقيقة، هدف اصلی نظام برنامه‌ریزی تولید و پخش، هدایت
حرکت رسانه در تأمین منابع رسانه‌ای به ویژه در ابعاد محتوایی و ارتقای میزان اثربخشی پیام
رسانه‌است.

ارزیابی نظام برنامه‌ریزی تولید و پخش عملکرد مثبک بر نیازهای اطلاعاتی و امکان نظارت
برفرآیندهای عمیقات است. برای تحقق این امر، مجموعه‌ای از نظامهای اتوماتیک را می‌توان مورد
استفاده قرار داد. در این حوزه از نظارت و ارزیابی، نظامهای زیر قابل اشاره هستند:

- سیستم اطلاعات نرخ‌ها، استانداردها، شاخص‌ها و قواعد، تولید و پخش
- سیستم اطلاعات علی‌های، ضوابط، برآوردها
- سیستم اطلاعات و نظارت بر تخصص منابع تولید (نیروی انسانی، تجهیزات، تولید و مواد

- مصرفی)

- سیستم ارزیابی عوامل تولید
- سیستم ارزیابی عملکرد تولید و پخش
- سیستم نظرات تخصصی و عملکرد مالی پروژه‌های تولید
- سیستم مدیریت و نظارت بر زمان‌بندی، پخش برنامه‌ها
- سیستم نظرات بر زمان‌بندی پخش آگاه‌ها
- سیستم نظرات بر در آمدهای پخش آگاه‌ها
سیستم نظارت بر تنظیم و تخصیص بودجه برنامه‌سازی

فراهم کردن وضعیت را تا گونه‌ای با دیدگاه زمانی به مرحله پیش از تولید، تولید و پس از تولید تقسیم‌بندی کرده. مرحله قبل از تولید، کلیه فراهم‌کردن پژوهش‌های برنامه‌ای، ارائه طرح، تأیید و تنظیم منابع محتوایی برنامه‌های پیشنهادی و همچنین برآورد هزینه طراحی و تولید، نیازهای تجهیزاتی و مصنوعی، عوامل تولید، خرید و تأمین زمان تولید و تأمین برنامه‌ها را شامل می‌شود. به فرض اینکه مشخص شده و در قالب نظام‌های انفورماتیکی مورد استفاده قرار گرفته، سایر نظام‌های انفورماتیکی مرتبط با این حوزه نظارت و ارزیابی را می‌توان با شرح زیر پیشنهاد نمود:

۵ سیستم کنترل و نظارت بر روشن تولید برنامه‌ها
۵ سیستم نظارت بر تخصص، منابع و تجهیزات تولید
۵ سیستم اطلاعات پژوهش‌های برنامه‌ای و منابع پژوهشی
۵ بانک اطلاعات و ارزیابی طرح‌ها
۵ سیستم تخصصی و مدیریت عوامل تولید
۵ سیستم بازبینی و بازنشانی از راه دور
۵ سیستم اطلاعات موضوعی مانیتورینگ
۵ سیستم نظارت و کنترل هزینه‌های تولید

بدین است که کاربرد نظام‌های باد شده صرفه به حوزه نظارت و ارزیابی محدود نمی‌شود.

ارزیابی محوصر رسانه‌ای به عنوان خروجی نظارت برنامه‌سازی از محورهای مهم در حوزه نظارت و ارزیابی رسانه‌ای است. ارزیابی برنامه‌ها با توجه به تولید، اهداف و محتوای تعريف شده، کیفیت هنری و رسانه‌ای و بر اساس شناختی کیفی و کمی صورت می‌گیرد. با بهره‌گیری از نظام‌های اطلاعاتی، علایه بر امکان حفظ مشخصات و سوابق برنامه‌های تولید شده (هر گونه محوصر رسانه‌ای) و معیار مطلوب اجزای محتوایی و قابلیت آنها با اهداف و معیارهای تعیین شده، قابلیت نکته‌داری و بازبینی اطلاعات و مشخصات برنامه‌ها، عوامل برنامه‌سازی، سابقه پخش برنامه، مشخصات آرشیوی و ویژگی‌های هنری و فنی فراهم می‌آید.

ارزیابی برنامه صرفه به ارزیابی محوصر محدود نمی‌شود بلکه اساسی‌ترین محور، ارزیابی برنامه پس از پخش است. اگرچه در ارزیابی پس از پخش، عوامل خود ابتدا محتوایی و اثر بخش برنامه مورد نظر است، اما استفاده از نظام‌های انفورماتیکی متوان ارزیابی برنامه‌های را مستند به نظریات تعداد بیشتر و طیف متون‌تری از مخاطبان کرده و دریافت بازخوردها را سرعت بخشید. این
موضوع با فراهم بودن یک سر ارتباطات اینترنتی و ایجاد کاربردهای برای مقادیر ارزیابی آرا و نظرسنجی از مخاطبان کاملاً عملی است. علاوه بر این، در مرحله پخش امکان ارزیابی کمی و بروز میزان پخش برنامه‌ها بر اساس اهداف، موضوعات، قائل‌ها، طبقات، زمینه‌ها و محورهای خبری، پخش زنده، برنامه‌های داخلی و خارجی، مشارکتی و سایر ویژگی‌ها با بهره‌گیری از سیستم‌های انتخاباتی که و تحلیل اطلاعاتی سوابق، ثبت شده در بانک اطلاعات پخش سازمان، فراهم می‌شود.

نظرات و ارزیابی در حوزه رسانه‌ای ابزاری مشتمل بر تأیید و پشتیبانی تجهیزات استندویوی، تولید و پخش، سیگنال‌رسانی و همچنین تأمین پوشش جمعیتی و جغرافیایی بر اساس استانداردها و معیارهای پخش همگانی برای پرآورده شدن اهداف پوشش رسانه‌ای شکل‌گیری شیما و صدا است.

نظام اطلاعات و مدیریت وضعیت و عملکرد فرستنده‌ها، استودیوهای تولید و پخش و تجهیزات ارتباط مهارت‌های پخش از ابزارهای نظارتی در حوزه فعالیت‌های فنی به شمار می‌رود. در پخش طراحی و توسعه فنی و عمرانی نیز ایجاد سیستم مدیریت و نظارت بر پخش‌های پروژه‌های فنی و عمرانی و همچنین ارزیابی عملکرد بودجه عمرانی از دیگر نظام‌های قابل توجه در فرایند نظارت و ارزیابی فنی است. به لحاظ اهمیت کاربردی ارزیابی ووابستگی در تأمین اغلب تجهیزات فنی، ایجاد و بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعات و عملکرد اموال، تجهیزات و دارایی‌های فنی به منظور پشتیبانی به هنگام و استفاده بهینه از ظرفیت‌های فنی از جمله کاربردهای انتخاباتی در این زمینه است.

(ج) کاربردهای انتخاباتی در نظارت و ارزیابی عمومی

تحقیق اهداف رسانه‌ای سازمان فقط در فعالیت‌های برنامه‌سازی خلاصه نمی‌شود، حوزه‌های مختلف سازمان نیز بر اساس شرح وظایف و ساختارهای تعیین شده وظيفة پشتیبانی و ارائه خدمات را در زمینه‌های مرتبط برعهد دارند. در هر بحث و انتخاب مشاغل سازمانی یکی از نمونه‌های است که به نتایجی نشان دهنده توجه و کستدرگی فعالیت‌های سازمان است. در خاتمه بحث به عناوین برخی از مهمترین نظام‌های انتخاباتی که قابل استفاده در ارزیابی و نظارت بر حوزه‌های فعالیت‌های غیربرنامه‌ای اشاره می‌شود:

- مجموعه سیستم‌های برنامه‌ریزی و تنظیم بودجه سازمان
- سیستم نظارت بر مدیریت کالا و سفارش‌ها و انتشار
- سیستم جامع حسابرسی و ارزیابی عملکرد مالی
- مجموعه سیستم‌های مدیریت خدمات اداری
- سیستم اطلاعات خدمات رفاهی
مجموعه سیستم‌های خودکارسازی اداری و استاند

۶ مجموعه سیستم‌های اطلاعات مدیریت و ارزیابی عملکرد شرکت‌ها و مؤسسات تابعه
۶ مجموعه سیستم‌های اطلاعات پرستی (نظامت بر فراپند جذب و گرینش نیروی انسانی)

۶ سیستم اطلاعات مدیریت و شرایط احراز مدیریت
۶ سیستم اطلاعات و نظارت بردارای‌ها و اموال سازمان
۶ مجموعه کاربردهای نظامت بر مهیجها
۶ سیستم نظارت و ارزیابی عملکرد نیروی انسانی

نمونه‌های کاربردی فوق بیانگر ارتباط و وابستگی نظام ارزیابی به کاربردهای اطلاعاتی است.

متابع

• پیش‌نویس نظام نظارت و ارزیابی در مراکز صنعا و سیما، اداره کل نظارت و ارزیابی مراکز
• مهر ماه ۸۰
• گزارش وضع موجود سیستم‌های نظارت و ارزیابی مراکز، دفتر هماهنگی اطلاعات و برنامه‌ریزی مراکز.

• نظارت بعد از پخش، جزوه اول، اداره کل بررسی و ارزیابی.
نظرات فنی بر کیفیت تصاویر تلویزیونی

ترجمه و تلخیص: مهندس سیدمظفر رضوی
کارشناس فنی در امور طرح و توسعه سازمان صدا و سیما

یکی از اشکال اصلی این موضوع به نظر می‌رسد که رضا معین نخست در این مقاله به آن اشاره نموده است که منجر به کاهش توافقانی این رسانه در جذابیت و حفظ مخاطبان خود می‌شود. لذا برای گزارشی از محدودیت شدن کیفیت تصویر در سیستم انتقال آن از استودیوی پخش به مصرف کننده (مخاطب) باید در ابتدا عوامل ایجادکننده خرابی را مورد شناسایی قرار داد. سپس برای کنترل و نظارت دامن بر آنها از فناوری مدولار گرفته و در این مقاله سعی سده است موضوع‌ها کامل فنی در این زمینه به زبانی تا حد امکان ساده و غیر فنی مورد بررسی قرار گیرند.

نظرات و ارزیابی کیفیت تصاویر تلویزیونی به هنگام عبور از مسیرهای انتقال و انتشار در دنیای امروز، تلویزیون جزء جدایی‌نapan‌زدنگی مدرنی شده است که به افزایش کیفیت که عادت کرده‌اید از مشاهده آنها لزوم می‌پردازد. هر برنامه تلویزیونی که از طریق گیرنده برای مخاطبان مسئول مشاهده می‌شود، از آغاز تولید تا زمان دریافت نهایی توسط گیرنده خانگی مراحل گوناگونی را پشت سر می‌گذارد. در این مسیر عوامل انسانی فناورانه مختلفی را به کار می‌گیرد. هنگامی که تفکر اولیه در مورد سوزه‌های محتمل و کاربرد شکل‌گیری، بررسی‌های مختلف برای گزینش روش‌های بهینه ارائه نیز انجام می‌پذیرد. در برخی عواملی که در تهیه و ارائه برنامه به‌پیام مؤثر ساخته، بالا بردن کیفیت فنی تصویر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برنامه‌سازان موفق،
استفاده از کارکنان فنی کارآزموده و تجهیزات مناسب را جهت بالا بردن کیفیت فنی برنامه خود مورد توجه قرار داده و بدین تریک جذابیت برنامه را برای بیننده افزایش می‌دهند. با توجه به آنکه پارامترهای فنی یک برنامه تولیدی از همان ابتدای شروع کار تا هنگام ارائه به استودیو پخش قابل بازبینی کنترل و ارزیابی است. در نهایت می‌توان مشخص کرد که یک برنامه از نظر کیفیت فنی تولید در چه مقامی قرار دارد و اصولاً از این بابت قابل پخش هست یا نه. چنانچه یک برنامه از نظر کیفیت فنی برای پخش قابل پخش تضییخ داده شود، ابتدا باید از طریق استودیوی پخش و به کمک تجهیزات فنی مختلف به محل فرستنده‌های تلویزیونی منقل شود و آنگاه از طریق آنتن به صورت امواج الکترومغناطیس در فضا انتشار یابد تا توسط گیرنده‌های خانگی قابل دریافت شود. مسیر بین استودیوی پخش تا گیرنده خانگی است طولانی که تغییرات زیادی را روی سیگنال حاوی برنامه تلویزیون اعمال می‌کند. در این مسیر چه به طور کلی شامل عبور از خطوط انتقال کابلی (کواکسیال یا فیبر نوری)، خطوط مایکروویو زمینی و مسیرهای انتقال ماهورهایی (از زمین به ماهوره و از ماهوره به ایستگاه‌های زمینی) است، از فرستنده‌ها و گیرنده‌ها، تصحیح یک‌تک‌تک‌ها، تغییردهنده‌های فرکانس و استفاده می‌شود.

با توجه به اینکه ارزیابی کیفیت فنی تصویر در برنامه‌ای که از شبکه تلویزیونی به پخش می‌رسد، اساساً باید در سطح دریافت مردم انجام پذیرد، محل تعمین شده برای نظرات و ارزیابی فنی تصاویر دریافتی، ممکن است نسبت به محل استودیوی پخش برنامه بسیار دور باشد. در این صورت هر گاه بخواهیم ارزیابی کنیم که سیگنال برنامه تلویزیونی به هنگام طی مراحل مختلف انتقال و انتشار از استودیو به پخش تا محل دریافت تا چه حد اجرا کمک کافی فنی می‌شود. لزوماً باید نمونه‌های قبل از وابستگی فنی از پخش مشاهده کنیم.

در سیستم تلویزیون، اطلاعات تصویر مورد نظر توسط دوربین به صورت خطوط دارای افق با سرعت نسبتاً بالا (1/640 خط در ثانیه) جاروبرد می‌شود و این خطوط به هر کی جایگاه اطلاعات مربوط به یک نوار به دست از آن تصویر هستند با فناوری مربوط به خدود مدله شده و به صورت امواج الکترو مغناطیس در فضا منتشر می‌شوند تا پس از دریافت به سیستم تلویزیون، اطلاعات مربوط به خطوط مختلف تصویر اولیه بازیابی شود و با زیر الکترومغناطیسی نمایش داده می‌شود.

در سیستم تلویزیون مورد استفاده در ایران، تعداد کل خطوط که برای نمايش یک صفحه کامل از تصویر به کار گرفته می‌شود، 225 خط است که از این تعداد، 145 خط برای اطلاعات تصویر و بقیه برای منظورهای مختلف دیگر در نظر گرفته شده‌اند و چون حاوی اطلاعات تصویر اصلی
نیستند، به صورت یک نوار افقی سیاه در بالا و پایین صفحه نمایش تلویزیون قرار می‌گیرند و تنها در مواقع بروز خرابی و بر هم خوردن تنظیم که صفحه تصویر در تلویزیون ثبات عمودی خود را از دست می‌دهد، قابل مشاهده می‌شوند.

حال باید دید در طی طریق از استودیو پخش تا گیرنده تلویزیون و به هنگام عبور از خطوط انتقال و دستگاه‌های مختلف مسیر، چه مشکلاتی ممکن است برای تصویر تلویزیونی حاوی اطلاعات جاری شده از خطوط افقی باریک به وجود آید که در نهایت باعث خشکش شدن و افت کیفیت آن شود. این اشکالات در حالت کلی سه مورد اعوجاج خطي، اعوجاج غیرخطی و نویز را شامل می‌شوند. در تلویزیون رنگی هر نقطه از تصویر توسط دو مشخصه مربوط به میزان روشن‌السایه (chrominance) و اطلاعات رنگ (luminance) آن نقطه قابل بازیافت و نمایش است و با شناختن اثر خرابی‌ها نیز تأثیر مستقیم در بازیافتهای صحیح این دو مشخصه در نزدیکی مختلف صفحه نمایش تلویزیون خواهد داشت. در زیر به صورت خلاصه، تعدادی از این خرابی‌ها نیز ذکر می‌شود:

اعوجاج خطی
بروز اعوجاج خطی در اطلاعات مربوط به مشخصه روشن‌السایه، ممکن است تشخیص صحیح اختلاف روشن‌السایه بین دو نقطه تاریک و روشن مجاور را بداسی انتخاب کند. به‌دين گونه که تفاوت روشن‌السایه این نقاط کمتر از مقدار واقعی شود و به این ترتیب شفافیت و وضع افقی تصویر کاهش یابد و یا آنکه تفاوت روشن‌السایه بیش از مقدار واقعی بازیافتهای شده و باعث افزایش بی‌پروازی بی‌پروازی بی‌پروازی تصویر شود. حالات دیگری از این نوع اعوجاج می‌توانند سایه‌هایی را در مرزهای تاریک و روشن تصویر ایجاد کنند و در برخی شرایط، عدم پهنای سایه روشن‌السایه تصفیه را در جهت عمودی موجب شود.

اثر دیگر اعوجاج خطی، ایجاد نابرابری نسبی در محیط‌های اطلاعات مربوط به دو مشخصه روشن‌السایه و رنگ نقاط مختلف تصویر است. به این صورت که میزان مشخصه روشن‌السایه نقاط باعث تغییر مشخصه رنگ آن نقطه می‌شود و به این ترتیب، میزان اشباع رنگ باید تغییر می‌زند. در مورد دیگری نیز اعوجاج خطی ممکن است باعث ایجاد تأثیر نسبی در میزان مشخصه رنگ و رنگ نقاط تصویر شود و به این نحو که اطلاعات مربوط به رنگ یک نقطه از تصویر به یکی یا دیگری که در منطقه دیگر قرار دارد، در سمت راست یا چپ آن نقطه واقع می‌شود. این نوع از اعوجاج در مورد تمامی رنگها اتفاق می‌افتد، اما در مورد نقاط قرمز رنگ با رنگ‌های مخصوص می‌تواند باعث قابل رؤیت است. اعوجاج خطی همچنین ممکن است در مدل‌های مشخصه رنگ به صورت تغییر دامنه و
یا فاز این مؤلفه بروز یابد، که در تغییر دامنه، میزان روش‌نگاری نقطه تصویر را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در تغییر فاز، در سیستم‌های رنگی NTSC و PAL، نقطه تصویر نسبت به حالت اصلی خود تغییر می‌یابد. علاوه بر مواد اشاره شده، اعوجاج خطی می‌تواند در حوزه فرکانس باعث تغییر مقدار تقویت و یا تغییر فاز سیگنال تصویر در فرکانس‌های مختلف شود که در هر دو حالت، مشابه‌تکیه تصویر نهایی به تصویر اولیه به میزان متغیری کاهش می‌یابد.

اعوجاج غیرخطی

اعوجاج غیرخطی عمداً حاصل مدل‌سازیون داخلی دو مؤلفه مربوط به مشخصه روش‌نگاری و رنگ سیگنال تصویر و یا تغییر سطح متوسط سیگنال روش‌نگاری تصویر است. در حالی اول ممکن است در اثر تغییر دامنه مؤلفه مربوط به مشخصه روش‌نگاری مقدار تقویت و یا فاز مؤلفه رنگ تصویر تغییر کند و تغییر درجه اشباع رنگ باعث تغییر میزان روش‌نگاری تصویر شود. تغییر سطح متوسط سیگنال روش‌نگاری نیز می‌تواند اعوجاج مؤلفه‌های روش‌نگاری و رنگ و نیز سیگنال‌های هم زمانی را سبب شود.

نوبیز

علاوه بر انواع اعوجاج، نوبیز که عبارت است از سیگنال‌های ناخواسته ایجاد شده در محفظه انتقال و انتشار سیگنال اصلی و دامنه آن، به دامنه سیگنال اصلی مورد نظر اضافه می‌شود و مالیت سیگنال اولیه را تغییر می‌دهد. پیدایش نوبیز به‌دست اجتناب ناپذیر است و به‌طور کلی در سیستم‌های مخابراتی و تلویزیونی وارد می‌شود، اما کنترل آن ممکن نیست. نوع نوبیز داده‌های بوده و کافی است حالت قابل قبول نوبیز دامنه سیگنال اصلی و دامنه نوبیز اضافه شده به آن، در هنگام استفاده از سیگنال مورد نظر برقرار باشد. بنابراین اندوزه‌گیری این نسبت در محل دریافت سیگنال تلویزیونی برای تطبیق با مقدار استاندارد (حداقل قابل قبول سیگنال به نوبیز) امری ضروری است.

روش نظارت و ارزیابی کیفیت فنی تصویر

برای آنکه مشخص شود تصویر که در مکانی دور نسبت به استدیوی پخش دریافت می‌شود به هنگام عبور از محیط‌های مختلف مانند خطوط انتقال
فرستندها و نیز فضایی انتشار تا چه حد دچار اختلال و افتشارش شده و کیفیت اولیه خود را از
دست می‌دهد، همان‌گونه که در ابتدا ذکر شده بود در اختیار داشتن تصویر اولیه داریم که این امر
در مورد برنامه‌های عادی تلویزیونی عملی امکان‌پذیر نیست. به همین علت سیگنال‌های مخصوصی
طرح‌های شده‌اند که در چهار خط افقی بتوانند کلیه مشخصات‌های تصویر کامل را که برای انجام
اندازه‌گیری و مقایسه مورد نیاز است، شامل شوند. برای اینکه این چهار خط تصویر بر روی خطوط
مرتب به اطلاعات تصویر عادی برنامه تلویزیونی قرار نگرفته و از این پابندی موجب مقادیر
مشخصات آنها را بر روی چهار خط از یک جمعه خطوط سیاهی که خارج از صفحه نمایش
تلویزیون قرار دارد (بالا و پایین تصویر اصلی و خارج از لبه دید) چاپکنی می‌کند. این چهار خط
حاوی اطلاعات ویژه است. در محل استودیو پخش به همراه تصویر برنامه اصلی به سیگنال تلویزیونی
اضافه می‌شود و ارسال می‌شود.

به علت اینکه شکل موج و نوع اطلاعات این چهار خط کاملاً تعیین شده و استاندارد است،
مشخصات آنها به عنوان پایه و اساس انجام مقایسه با مشخصات سیگنال دریافت شده در محل، در
دستگاه‌های اندازه‌گیری مربوط به قرار داده شده است. این دستگاه‌ها یک سی‌سی‌ال تلویزیونی
حاوی تصویر برنامه مورد نظر و سیگنال به‌که، به صورت خودکار سیگنال‌های تست
را جدا کرده، هر یک را با مشخصات‌های استاندارد داخلی خود مقایسه می‌کند و میزان انحراف و خطای
را معین می‌سازد. در این حال که مقدار خطای اندازه‌گیری شده، مربوط به محیط انتقال و انتشار از
استودیو پخش تا محل دریافت است، می‌توان تئوری گرفت که این میزان خطای اندازه‌گیری شده
عیناً سیگنال تصویر برنامه تلویزیونی را تضمین کرده است. چنین خطای محاسبه شده بیش از
میزان قابل قبول باند و در نتیجه افت محسوس کیفیت فنی تصویر را سبب شود. ابتدا با داده‌های
شناسا شده عامیانگویانه آن در کل مسیر انتقال پرداخت و سپس برا رفع سطح مشکل اقدام کرد.

چهار سیگنال اشاره شده در فرکانس‌های متفاوت در زمان المهور عمودی (Vertical) و یا به اختصار
VITS (Test Interval Signal) می‌باشد که به صورت معمول بر روی خطوط
شماره 176، 182 و 231 از تعداد کل 625 خط سیگنال تلویزیونی قرار گرفته و ارسال می‌شود.
سیگنال مربوط به خط شماره 17 شامل چهار نوع سیگنال پل‌اس و پل‌اسی مختلف است که اولین
آنها بی‌این مشخصه کردن مرجع سطح سفید تصویر (جدایی روشنایی) و نیز اندازه‌گیری ابعاد در
فرکانس‌های پایین تا متوسط طراحی شده است. سیگنال دوم به اندازه‌گیری ابعاد در فرکانس‌های
بالا اختصاص دارد و سیگنال سوم برای اندازه‌گیری اختلاف در مقدار تقویت متوقف و نیز می‌باشد.
برگ تصویر و همچنین تأخیر زمانی آنها نسبت به یکدیگر تست‌گذار استفاده می‌شود. چارامین سیگنال نیز که
به صورت پله‌ای طراحي شده است، برای اندوزه‌گیری اعوجاج غیرخطی در فرکانس‌های بالایی و
متوسط به کار می‌رود.

سیگنال مربوط به خط شماره 18 شامل دو بخش است؛ در بخش اول، یک سیگال با دامنه و
عرض مشخص به عنوان مرجع برای اندوزه‌گیری‌های مربوط به بخش دوم پیش‌بینی شده و در بخش
دوم تعداد شبسته موج سینوسی با فرکانس‌های مختلف، از ۰/۵ مگاهرتز تا ۸/۰ مگاهرتز، با
دامنه پیکسان و فاز صفر در سرویک هر پسمانگ طراحی شده است. از این سیگنال برای اندوزه‌گیری
پاسخ فرکانسی کل مسیر انتقال موج استفاده می‌شود.

سیگنال مربوط به خط شماره ۲۳۰ با سیگنال خط شماره ۱۷ مشابه‌تر دارد اما این تفاوت را نمی
دارد که سیگنال مؤلفه رنگ بر روی سیگنال پله‌ای سوار می‌شود و از این طریق امکان اندوزه‌گیری
اعوجاج مربوط به تقویت ناهسانان (differential phase) و فاز ناهسانان (differential gain)
اعوجاج حامل فرعتی رنگ را فراهم می‌آورد.

سیگنال مربوط به خط شماره ۳۲۱ شامل دو بخش است. در بخش نخست، مؤلفه رنگ بر روی دامنه
ثابتی از مؤلفه روشنهای سوار می‌شود و در بخش دوم فرکانس حامل فرعتی رنگ قرار می‌گیرد.

اندازه‌گیری اعوجاج ناشی از تداخل دو مؤلفه روشنهای رنگ در یکدیگر و همچنین تبعیین میزان
نابرابری در تقویت این دو مؤلفه از طریق این سیگنال قابل انجام است. علاوه بر امکان
اندازه‌گیری فاصله، با قرار دادن مقادیر مشخصی از نویز در یکی از خطوط محو عمودی سیگنال
تلویزیونی (معمولاً خط شماره ۲۲) و با استفاده از پلس مشخص کننده مرحله سفع سفید در سیگنال
تست خط شماره ۱۷ با ۲۳۰ می‌توان نسبت سیگنال به نویز را اندوزه‌گیری کرده و آن را با مقدار
اولیه مورد مقایسه قرار داد. به این ترتیب مقادیر نویز اضافه شده به سیگنال اصلی در محفظه‌ای
انتقال و انتشار قابل پرآورد می‌شود. به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که با استفاده از سیگنال‌های
تست در زمان محو عمودی یا سیگنال تلویزیونی (VITS)

بی‌بیش و بی‌بیش مناسب است، برای انجام اندوزه‌گیری و
 تنظیم تجهیزات خطوط انتقال و فرستاده‌ها لازم‌

- کلته پارامترهای مورد نیاز برای نظارت و
ارزیابی کیفی خطوط و تجهیزات انتقال و ارسال
را می‌توان مورد اندوزه‌گیری و بررسی قرار داد.
در صورتی که به هنگام اندوزه‌گیری این پارامترهای

سیگنال‌های قسمت در (زمان محو عمودی
VITS) به سیگنال مستند که به صورت
متصول بر روی خطوط شماره ۱۷، ۱۸،
۲۰۱۰ و ۱۶۵۹ از تعداد کل ۱۳۰ فض‌
سیگنال تلویزیونی قرار گرفته و ارسال
می‌شوند.
افت کیفیت در مسیر انتقال بیش از حد قابل قبول مشاهده شد. کل مسیر و تجهیزات واقع در آن باید برای تعیین محل اصلی ایجاد افت کیفیت مورد بررسی دقیق قرار گیرد. الیت این عمل برای مسیرهای طولانی انتقال که تجهیزات پی در پی و متغیرت را شامل می‌شوند، تا حدودی مشکل به نظر می‌رسد. اما طراحی تجهیزات ویژه‌ای که می‌توانند در مقاطع مختلف از مسیر انتقال سیگنال VITS را موقتاً از سیگنال اوائله تلویزیونی جدا ساخته و سیگنال VITS مرجع را جایگزین آن سازند، این امکان را فرآیند منظور که از طریق این تجهیزات و با انجام هماهنگی در جایگزینی سیگنال VITS در نقاط مختلف مسیر و مشاهده نتایج اندکی گیری، بتواند محل دقیق ایجاد کیفیت را در مسیر انتقال بی‌دستی تشخیص داد و اقدام سریع‌تر برای تنظیم و تصحیح خطاهای در آن قسمت به عمل آورد.

منبع

ITU (International Telecommunication Union) توصیه‌های اتحادیه بین ارتباطات دور
ممانع طراحی نظام جامع نظامت و ارزیابی برنامه‌های سازمان صدا و سیما

دکتر احمدعلی پرورانی
عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

انتشار
از طریق اجرای فعالیت‌های اساسی نظام نظامت و ارزیابی
تولیدات رسانه‌ای می‌توان عمده‌ترین راهبردها را برای بخش‌های
مختلف سازمان تعیین و تدوین کرد. اصولاً در ارزیابی برنامه‌های
یک سازمان، هر یک از بخش‌ها باعث کنترل‌های لازم را در مورد
اجرای درست راهبردها وحقق اهداف تعیین شده، به عمل آورند و
اطلاعات لازم در این مورد را به برنامه‌ریزان ارائه دهد. (1) نویسنده
این مقاله، امیدوار است که از این طریق، بهتر بتوان ترکیب‌های
گوناگون توانایی تأمین کننده‌گان برنامه‌ها را با امکانات میانگین
گره زد.
وی از این رو، مبنا طراحی نظام نظامت و ارزیابی برنامه‌های
سازمان را می‌توان به قواعد پیش‌گفته‌های می‌داند. به ویژه اینکه,
محصولات رسانه‌ای با پیاده‌سازی ماهواره‌ها و شبکه جهانی اینترنت
به
ورسانه‌های چهارنی بیوند خورده‌اند. به گفته رابرت مک‌چنسنی
دوران حاضر دورانی است که در آن، بهتر برنامه‌های تفیریحی و

www.magiran.com
روننامه‌نگاری‌ها را تعداد انگشت شماری از شرکت‌های بزرگ، که موضوع‌های سودجویانه و جهان‌دارانه‌ای در باب مسائل مهم اجتماعی دارند، تهیه می‌کنند. از این رو، توجه به نظام نظارت و ارزیابی برنامه‌ها بیش از گذشته، باید مورد توجه و تدبير مديريتي قرار گيرد.

مقدمه
با توجه به جايگاه واحده و حساسیت سازمان صدا و سيماي جمهوري اسلامي در جامعه و ابعاد معنوی و فرهنگي آموريت، ها و اهداف آن، مدیريت به عنوان فرآیند بسيار با اهميتی كه طي آن متناوب انسانی و مادي برای نيل به هدف‌هاي از بين تعیین شده هماهنگ مي‌شوند، باید در راستاي نيل به اهدافداني آن سازمان از كارايي و اثربرخشي لازم برخوردار باشد. همانطور كه در مبانی دانش مديريت نيز اشاره شده است یکي از مهم‌ترین وظايف هم مديريت و نظارت بر فعاليتها و عملکردی سازمان تحت مدیریت است و از این رو، وجود نظام ارزیابی و کنترل در سازمان، با توجه به فعالیتها و محیط درونی و بیرونی آن ضرورت حياتي دارد. به طور كلي، طراحی و تدوين نظام نظارتي و ارزیابي، لازم توسط و بقاء سازمانها يپچيده و برگ است. اين موضوع سي و بهره زمانی كوني به منظور تحقق اهداف و راهبردهاي كلان نظام از اهميت صدفندانی برخوردار شده است. اين طرح‌های ارزیابي هستند که امکان تغيير در نگرش مديران را مي‌سرخسته و آنان را وا مي‌دايرد تا دستاوردهای کوتاه مدتر را در راستاي تحقق مقاصد و آرمان‌های اصلی سازمان ارزیابي كنند. به همين ر要做好ي آتي هر سازمان منوط به اجرای نتياج حاصل از نظام‌های ارزیابی عملکرد منابع انسانی و واحدهای اجرائي و عملياتي سازمان است. بنابراین، از نظام جامع نظارت و ارزیابی سازمان‌ها مي‌توان به عونان يكي از ابزار بسيار مهم در بهبود مدیریت بان كرد.

دیدگاه‌های مؤثر بر جايگاه سازمان
ضرورت نظام ارزیابي عملکرد و كنترل فعاليتها در همه سازمانها (اعم از توليدی با خدماتي) متانيب با توان اهداف و روش‌های اجرای آنها، بر هيه كم پوهشده نيست. هر سازماناني با توجه به مخاطبان خود در جامعه، جايگاه ویژه‌اي را كسب خواهد كرد. در اين سيا، نظام نظارت و ارزیابي سازمان‌هاي رسانه‌اي صوري و تصويري، به لحاظ گستره فعاليتی و همچنين تعداد بسيار زياد مخاطبان، در همه كشورها از اهميت خاصي برخوردارند.
هدایت و تنور افکار عمومی، ارائه اطلاعات مورد نیاز، ایجاد ارتباط به چه‌ مؤثرتر با مورد، تقویت مبانی عقیدتی حکومت و بهره‌گیری متقاضی از تغییرات در جهت کمک به برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نکشان کشورها، از جمله مهم‌ترین هدف‌های این گونه سازمان‌ها است. در کشور ما نیز صدا و سیمای جمهوری اسلامی، تنها رسانه‌صوتی و تصویری است که با حجم بسیار بالای تولیدات برنامه‌ای خود در سطح کشور در عرصه اطلاع‌رسانی فعالیت می‌کند. این سازمان از یک طرف باید با نیازها ی اقشار جامعه به عنوان مخاطبان اصلی خود روبه رشد و دیدگاه‌های آنان را در تولیدات خود لحاظ کند و از طرف دیگر باید راهبردهایی کلی نظام را مدرک قرار دهد. در این زمینه دیدگاه‌های امام راهل (ره) و مقام معظم رهبری در مورد اهداف صدا و سیما، درک بهتری از اهمیت و چاپگاه این سازمان در اختیار ما قرار خواهد داد. با توجه به این مهم، بحث ارزیابی و نظارت در سازمان و همچنین درک چاپگاه ویژه سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی، طراحی نظام جامع ارزیابی و نظارت و کنترل برنامه‌ها را حساس‌تر می‌سازد.

ارتباط شاخص‌های سنی نیز‌ها و محتوای برنامه‌ها یکی از اصول تولید گام‌های نظام‌های ارزیابی را تشکیل می‌دهد. به طور کلی، لازم است ارزیابی و نظارت شناخت شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر محصول (اعم از کالاها و خدمات) است. تا زمانی که عوامل اثرگذار بر نتایج فعالیت‌های سازمان به طور کامل مورد شناسایی و بررسی قرار نگیرد، نمی‌توان نظارت و کنترل دقیقی را از مجريات توقع داشت. در همین راستا است که مفهوم کیفیت در تولیدات مطرح شده اهمیت می‌باید. این مفهوم به‌دين معنی است که هر تولیدی باید شاخص‌هایی را پوشش دهد، که کیفیت محصول تولیدی با بررسی آنها مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

تاکنون، در اکثر تحقیقات صورت گرفته همواره کیفیت تولیدات صنعتی (کالاهای) و مباحث مرتبط با آن مورد بحث قرار گرفته و به موضوع کیفیت کالاهای سازمان‌های خدماتی کمتر پرداخته شده است. سازمان‌های خدماتی از نظر فعالیت‌های اجرایی، خود مانند سازمان‌های تولیدی، نیازمند برنامه‌ریزی و تدوین و تلفیق برنامه‌های کلان و یافتن در این زمینه‌های سازمان‌های رسانه‌سازی صوتی و تصویری نیز هم در عرصه ارائه اطلاعات و اطلاع‌رسانی برای عموم جامعه فعالیت می‌کنند. حاصل فعالیت خود را به صورت یک محصول فرهنگی مورد ارزیابی مخاطبان قرار می‌دهند و از این رو، از نظر فراوانی تولید شدید تولیدات جوانه‌های به فراوانی اولویت تولید محصولات و کالاهای دیگر دارند. اخیراً در تولیدات صنعتی و خدماتی تولیدات جوانه‌های به عنوان عوامل پیش‌برنده نام‌گذاری کردند، که عبارتند از: فناوری، ساختار نیروی انسانی، موارد اولویت و تجهیزات تولیدی، سرمایه‌اکثر محصولات تولیدی به خشونت مختلف را چنین عواملی تعیین می‌کنند. در تولیدات محصولات فرهنگی نیز این
عوامل از حساسیت و اهمیت بالایی برخوردارند. با عنايت به این موضوع، می‌توان برای ارزيابی و نظارت بر کیفیت تولیدات بی‌سرویس و عوامل مؤثر اشاره کرد. شاخص‌های مرتبط با کارگزاران برنامه‌های صدا و سیما که همان تولیدکننده‌گان برنامه‌ها هستند و شاخص‌های مرتبط با مخاطبان برنامه‌های صدا و سیما که همان بینندگان و شنوندگان هستند، این گونه عوامل از جمله شاخص‌های قابل بررسی‌ای به شمار می‌رود که توجه به آنها در درون و برون سازمان به کیفیت ارزيابی و نظارت بر تولیدات کمک شاخص توجهی خواهد کرد. در سه شماره (1) برداشت از مدل زنجیره کیفیت جان اکلد، ارتباط تناگته بین شاخص‌های سنجش نیازهای مخاطبان و شاخص‌های محتوا برنامه‌ها در محیط داخل و خارج سازمان نشان داده می‌شود.

**Audience - مخاطب**

**Content Supplier - تامین کننده محتوا**

بر اساس این مدل، مشتریان داخل سازمان همان بخش‌های مختلف سازمان هستند که مرکز کدام در جرخه تولیدات رسانه‌ای، نیاز بخش دیگر را تامین کرده و یک "چرخه مخاطب - تامین کننده" را بین خود ایجاد می‌کنند. مشتریان خارجی نیز همان مخاطبان اصلی سازمان صدا و سیما هستند که عضو دیگری از زنجیره کیفیت به شمار می‌رود.

نمودار شماره 1 - مدل زنجیره کیفیت تولیدات رسانه‌ای
از طرف دیگر، مبحث ارزیابی و نظرات می‌تواند در گستره جامعه مورد بررسی قرار گیرد. در شکل شماره ۲، شاخص‌ها و عوامل مؤثر در نظرات و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای با توجه به اقشار مختلف جامعه و همچنین سیاست‌گذاری کلی کارگزاران و دولت‌ها دان‌این سیستم دیده می‌شود.

نمودار شماره ۲- تجربه یک‌پارچه شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر نظرات و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای

با توجه به شکل بالا، می‌توان در مبحث ارزیابی تولیدات سازمان‌های سیاسی از قبیل زیر را مطرح کرده و مورد ارزیابی قرار داد:

1- آیا بین مصتخت مخاطبان و نظام‌های سازمانی سازگاری وجود دارد؟
2- آیا میل مخاطبان به برنامه‌ها برانکریزانته نیاز آن‌ها نیز هست؟
3- آیا مدیریت می‌تواند بین نظام‌های اجتماعی و مصتخت مخاطبان ارتباط برقرار کند؟
4- آیا تغییرات فردی و اجتماعی و نیاز‌های جامعه و مصتخت‌ها در تولیدات منظور اندازه‌گیری می‌گردد؟
سوالات پیش کنش و سوالاتی دیگر، میان ضرورت و اهمیت اجرای نظام ارژیابی، شناسایی، بررسی و تجزیه و تحلیل شاخص‌های و عوامل مؤثر بر تولیدات سازمان‌های بی‌سیر حالت، روابط بین تأمین کننده‌ها - مخاطبان با پردازش و پاسخ‌های ادواری و افکارسنجی‌های دیجی‌منجر به درک دیدگاه‌های تأمین کننده - مخاطب خواهد شد.

عمده‌ترین اهداف نظام‌های ارژیابی برنامه‌ها

عمده‌ترین اهداف در طراحی نظام جامع ارژیابی و نظارت و کنترل برنامه‌های سازمان صدا و سیما را می‌توان به صورت زیر بررسی کرد:

۱- طراحی مدل‌های تولیدی کلاه شامل مدل نظارتی به صورت ماتریسی و تفصیلی
۲- طبقه‌بندی مفاهیم نظارتی و تعیین دارجات آنها
۳- تعریف علمی و عملی‌الی مفاهیم نظارتی
۴- مقایسه سطح دستیابی علی‌رغم‌ها با هدف‌های از پیش تعیین شده
۵- اندازه‌گیری و بررسی شاخص‌های تعریف شده در سازمان
۶- تفسیر شاخص‌ها و تبیین آنها برای مدیران
۷- قضاوت‌های کیفی و کاوی‌گرایان در مورد فعالیت‌ها، برنامه‌ها و فرآیندها
۸- تحلیل اثر اقتصادی، اجتماعی و سیاسی اجرای برنامه‌های سازمان
۹- امکان سنجی راهکارهای متفاوت برای سنجش عملکرد برنامه‌ها

به طور کلی برنامه‌ریزی و تنظیم فعالیت‌های ارژیابی برنامه‌های سازمان بر اساس مبنا، هدف‌های اصلی سازمان را تحقق می‌بخشد.

مدله‌های کمی سنجش و ارژیابی محتواي برنامه‌ها

در یک چارچوب کلی، طراحی سیستم مناسب برای تعیین شاخص‌های ارژیابی و کنترل برنامه‌ها و تولیدات، نیازمند مدل‌های کمی است. با به کارگیری مدل‌ها روش‌ها و شاخص‌های ریاضی و آماری می‌توان از طریق تبدیل اهداف و برنامه‌های کیفی به کمی کارایی، اثر تحقیقی و ارزش برنامه‌ها را تأیید کرد. امرورزه به لحاظ فنون بیش از حد شاخص‌های و معیارهای کمی‌ترکننده - مخاطبان نیازمند فنون ریاضی سیاسی پیشرفت‌های هستیم که جهت اولویت‌بندی شاخص‌ها و عوامل مؤثر به کار
گرفته‌ی می‌شوند. استفاده‌ای از این فنون بیش‌تر و یا ترکیب آنها، تا جایی پیش‌رسیده است که قابلیت اندازه‌گیری کمی متغیر را به‌منظور به‌ین‌تیر کردن شاخص‌ها در قالب یک مدل فرم‌های مناسب‌تر (Multiple Criteria Decision) و (Analytical Hierarchy Process) مورد توجه دانشجو و فراخوان سلسله مراتبی تحلیل و فراخوان سلسله مراتبی تحلیل محققان علوم مدیریت قرار گرفته است. تشخیص مدل‌های مزبور، نیازمند ارائه‌ی مطالب جدایگانی است که در این بحث از نظر آن خودداری می‌شود. برای رعایت خواص‌های مختاران تولیدات رسانه‌ای و جایی رضایت کامل از شاخص‌ها و معیارها را در نظر گرفته، به‌دلیل تغییر بودن این عوامل، کلیه خواص‌های مختاران را از آناتا یک معيار سنگین‌‌زا و معمولاً مورد استفاده‌ی پایدار محسوب می‌شود. عوامل مؤثر بر تولید یک محصول را می‌توان به روش‌های گوناگونی دست‌بندی کرد. برای سنگش و ارزیابی محورهای برنامه‌ی رسانه‌ای نیز توجه به این دست‌بندی‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است.

مراحل اجرای طرح‌های سنگش و ارزیابی برنامه‌ها

به طور کلی، مراحل اجرای طرح‌های ارزیابی به صورت زیر خواهند بود:

- کام اول - تهیه و تدوین اصول و مبانی نظری طرح
- کام دوم - شناخت و ضعیت موجود
- کام سوم - تجزیه و تحلیل مدل‌های محدود، ساختاری و محورهای
- کام چهارم - اجرای مدل طراحی شده

پژوهشگران نظام‌های ارزیابی برنامه‌ها هر کدام از مراحل فوق را به‌سیله‌ی فعالیت‌های خاصی تجزیه می‌کنند. در ادامه بحث، طبق جدول تفصیلی شماره 1 این مجموعه از فعالیت‌های نظام نظرات و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مشخص خواهند شد.

نتایج حاصل از مدل

نتایج حاصل از طریق نظام جامع ارزیابی و نظرات و کنترل برنامه‌های در سازمان صدا و سیما را می‌توان به صورت زیر برخوردار:

- 1. تبیین معنای علمی و عملی مفاهیم نظرات، ارزیابی و کنترل
- 2. تفسیر مدل سطوح و تبیین سطح نهایی شاخص‌ها
- 3. تبیین ماتریس مفاهیم به صورت ترتیبی
- 4. درجه‌نامه مفاهیم و تعیین دقیق و روش‌های یک
۷-۵. تعریف مفاهیم ماتریس شده و تولید عمده‌ترین شاخص‌های تصمیم
۷-۶. تشریح عوامل درون زا و برون زای مؤثر بر شاخص‌های ارزیابی و نظارت
۷-۷. تدوین ساز و کارهای ارزیابی و نظارت بر برنامه‌ها در کلیه مرحلات تولید
۷-۸. طراحی نظام گزارش‌دهی به تصمیم‌گیران نظام ارزیابی و نظارت سازمان

۷-۹. تجزیه و تحلیل حساسیت و قابلیت نظام ارزیابی و نظارت بر اساس مدل اطلاعاتی

زمانی که مدل، که اصول و مبنا نظام ارزیابی و نظارت با توجه به مدل کاربردی فاقد تغییرات هستند، باید در مورد این شاخص‌ها باید تأمین کننده یا برنامه‌ها گفتوگو کرد. در این راستا، ارزیابی عملکرد
تا کننده ها، مسئله زمانی بحرانی می‌شود که در مورد انتظارات سازمانی با کارکنان صحبتی بی
عمل نیاورد. بنابراین اطلاعات از دردسر انرژیابی و نظارت و شاخص‌ها باید برای شاخص‌های ارزیابی سازمان به‌طور شور. همچنین باید از دریافت و پذیرش انتظارات نیز اطلاعات حاصل گردید.

جدول شماره ۱- فعالیت‌های اساسی نظام نظارت و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای

<table>
<thead>
<tr>
<th>شرح فعالیت</th>
<th>مرحله (فاز)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>طراحی مدل نظری کلی شامل مفاهیم نظام ارزیابی و کنترل</td>
<td>مرحله اول</td>
</tr>
<tr>
<td>طراحی سطوح مدل و ماتریس نقش و سطوح تأمین‌کننده</td>
<td>اصول و مبنا</td>
</tr>
<tr>
<td>درجه‌بندی مفاهیم و اولویت‌گذاری درجات</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی هدف‌های سرمایه و غیرسرمای سازمان</td>
<td>۱</td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی و طبقه‌بندی عملکرد رسانه بر اساس هدف‌ها</td>
<td>۲</td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی دیدگاه مسئولان راهبردی نسبت به فعالیت‌های سازمان</td>
<td>۳</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع‌آوری اطلاعات نظارتی مرپرتو به رسالت‌های سازمان</td>
<td>۴</td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی ذی‌نفع‌های اصلی و ارکیدار بر فعالیت‌های سازمان</td>
<td>۵</td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی ماهیت سازمان در فرایند انتخاب‌های کشور</td>
<td>۶</td>
</tr>
<tr>
<td>توصیف راهبردی برنامه‌های سازمان بر اساس هدف‌های مصوب</td>
<td>۷</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع‌آوری و تدوین هدف‌های بنای مد مدت و میان مد سازمان</td>
<td>۸</td>
</tr>
<tr>
<td>تعیین متغیرهای تصمیم در نظام هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری</td>
<td>۹</td>
</tr>
<tr>
<td>تدوین و تشریح راهبردهای ارزیابی فعالیت‌های سازمان</td>
<td>۱۰</td>
</tr>
<tr>
<td>نظرسنجی در مورد مشکلات اجراي راهبرد ارزیابی</td>
<td>۱۱</td>
</tr>
<tr>
<td>شناخت نظام ارزیابی سازمان در وضع موجود و جمع‌آوری عمده‌ترین شاخص‌های ارزیابی</td>
<td>۱۲</td>
</tr>
<tr>
<td>شاخصت عوامل درون‌زا و برنزاز مؤثر بر تصمیمات مدیران</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------------------</td>
<td>----</td>
</tr>
<tr>
<td>شاخصت محدودیت‌های برون‌زا و درون‌زا حاکم بر نظام ارزیابی و</td>
<td>17</td>
</tr>
<tr>
<td>کنترل</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>بررسی و تجزیه و تحلیل کفایت یا نارسایی شاخص‌های موجود</td>
<td>18</td>
</tr>
<tr>
<td>مقایسه تطبیقی جهت تقویت شاخص‌های موجود</td>
<td>19</td>
</tr>
<tr>
<td>کسری‌سازی شاخص‌های وضع موجود به طیف‌های شاخص‌های تولید</td>
<td>20</td>
</tr>
<tr>
<td>فعالیت‌ها، کارگزاران و تجهیزات</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تعیین ساز و کارهای تبدیل شاخص‌های کیفی به کیمی</td>
<td>21</td>
</tr>
<tr>
<td>تعیین محدوده قابل قبول و قابل انتظار هر یک از شاخص‌ها</td>
<td>22</td>
</tr>
<tr>
<td>تدوین استاندارد عملکرد هر یک از شاخص‌ها در سازمان</td>
<td>23</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز برای تشکیل سری‌های زمانی و محاسبه</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>پارامترهای مدل</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تدوین مدل تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارزیابی شاخص‌های ارزیابی</td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>طریق‌های مکانیزه‌ای مستندسازی اجرای عملیات ارزیابی</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>طریق‌های نظام گزارش‌دهی از مستندات ارزیابی به دست‌آرایداران و</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>تامین کننده‌ها محتوا</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ایجاد هماهنگی و دریافت تائیدی برای اجرای نظام و روبه‌روی ارزیابی</td>
<td>28</td>
</tr>
<tr>
<td>آموزش افراد ارزیاب</td>
<td>29</td>
</tr>
</tbody>
</table>

پی نوشته‌ها:

1. حسن زارعی‌مقین، مبانی سازمان و مدیریت (رویکرد اقتصادی)، دانشگاه تهران، 1360، ص 197.
2. خسرو پارسا، جامعه انتخاباتی و سرمایه‌بای (واکنش‌های سه‌گانه)، تهران، آگاه، 1370، ص 23.
4. ماتوسنک، رابرت، طریق‌های مهندسی، مترجم کیمی و امیر فاضلی و احمد تقی‌پور، تهران، مرکز نشر دانشگاهی، 1375، ص 28.
به نام فدا

سخن نخست

هر چند در مباحث علم مدیریت مفاهیم و ساز و کار، نظرات و ارزیابی از سابقه‌ای طولانی و ادبیاتی گسترشده پر مخاطب است اما در کشور ما هنوز چیزی از اینجا بیان کرده نشده است. مباحث مربوط به نظرات و ارزیابی در جوامع رسانه‌ای کشور ما، غالباً معطوف به ابعاد کلان نظرات همچون مقررات و قوانین عام ناظر بر کار رسانه‌ای، قانون مطبوعات، سانسور و خود سانسوری، رابطه رسانه‌ها با سایر نهادها به ویژه نهادهای سیاسی و مانند آنهاست. گمرک دیده شده‌است که در قلمرو مطالعات مربوط به مطبوعات، رادیو و تلویزیون و رسانه‌های الکترونیکی مطالعات عمیق و گسترش‌هایی در باب نظریه‌ها، مفاهیم، شاخه‌ها و ساز و کار نظرات و ارزیابی در مفهوم کتنزل گذشته صورت پذیرد. اگر هم در این خصوص کارهایی انجام گرفته غالباً صورتی دفعی، گذرا و مرتب با ابعاد اقتصادی و فناورانه داشته است. این در حالی است که گسترش به سایگی مطبوعات اعم از روزنامه‌ها، مجلات، هفتمان‌ها و فصلنامه‌های گوناگون و تخصصی و نیز افزایش سریع و پیوسته شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در سال‌های اخیر، موجب پیدایش نیاز و احساس ضرورتی تأمین نسبت به این گونه تحقیقات و مطالعات شده است.

از سوی دیگر پیشرفت‌های شگرف فناوری ارتباطی در یکی دو دهه اخیر که امکان دسترسی مخاطبان به رسانه‌های دیجیتال را مقایسه ساخته و فشار رقابت رسانه‌هایی را فوق العاده افزایش داده است، انجام تحقیقات و مطالعات گسترشده را در ابعاد مدیریتی و فنی درباره کنترل کیفیت محصولات فرهنگی و رسانه‌ای به ویژه تولیدات رادیویی و تلویزیونی، ایجاد می‌كند. تحقیقات و مطالعات فراگیری که.
علاوه بر برخورداری از آرین‌های یافته‌های علم مدیریت، با احاطه‌بندی گام شناخته‌سازی و شخصیت‌سازی، نقش ای‌آی‌پی بسیالو، به منظور بهبود ارتباطی و تعاملی همکاران، نهایتاً به بهبود باکره‌سازی و تعاملی افزوده می‌شود.

سیما جمهوری اسلامی ایران به عنوان رسانه ملی تداومی عملی را در جهت ارتقای سطح کیفی توسعه‌دهنده‌های مبتنی بر واحدهای ارزشی و اخلاقی و هم از جهت شاخص‌های فنی و هر فرآیند پیشنهاد دهد.

اهیمت موضوع نظرات و ارزیابی در رسانه‌ها به ویژه در سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، موجب شد این شماره از فصلنامه پژوهش و سنجش به نظرات و ارزیابی در رسانه‌های اختصاص یابد. از این رو، از میان مقالاتی که از سوی صاحب‌نظران و نویسندگان محترم به دفتر فصلنامه رسیده‌اند، پس از بررسی و ارزیابی تعدادی به صورت کیفی لازم شناخته شنده که در سه عنوان "نظرات و ارزیابی: منابع نظری"، "نظرات و ارزیابی: کاربردها" و "نظرات و ارزیابی: فناوری" تنظیم و طبق این شماره تقید شده است تا به عنوان گامی کوچک و تلاشی در جهت سهم مورد استفاده علاقه‌مندان و دست‌اندرکاران این جوهر قرار گیرد.

پژوهش و سنجش در آخرین شماره سال جاری، ضمن تنشر و قدردانی از اساتید دانشگاه، صاحب‌نظران، کارشناسان، پژوهشگران، مدیران و سایر علاقه‌مندان به مطالعات رسانه‌ای که با ارسال مقالات، ارائه نظریات، پیشنهادها و انتقادها، مشارکت در جلسات، می‌گردند و یا از راه‌های دیگر فصلنامه را مورد غنایت و تقدیر قرار داده و ما را در جهت ارتقای سطح کیفی کمی این نشریه تخصصی یاری کرده، امیدوار است این مخاطبان فرهیخته و فرزندان نهایت ضعف اجتناب‌ناپذیر موجود در این شماره و سایر شماره‌ها را به دیدگاه اعماق بنگردند و همچون همیشه با ارائه دیدگاه‌های خود در خصوص وجوه امتیاز و کاسته‌های "پژوهش و سنجش" یاریگر می‌باشند.

سردیبیر
نظارت، چشم سوم رسانه
علي اکبر قاضیزاده
مدرس دانشگاه خبر

اشتهاره
نگارنده در این مقاله ضمن برخوردن وجهه اهمیت نظارت در رسانه، به تشخیص اختلاف دو دیدگاه اصلی در این خصوص می‌پردازد. از نظر وی در سطح کلان، اندیشمندان، سیاستمداران و مستقلانی که با رسانه‌سازی سر و کار دارند یا هوازی تئیستند و یا خواهان تغییر و در نتیجه اتخاذ یکی از این دو رویکرد ها، چگونگی رابطه میان مخاطب و رسانه، شکل می‌گیرد. نگارنده سپس با تشخیص ابعاد گوناگون نظارت از جمله فناوری، نیروی انسانی، امور مالی، مضمون و محترم و سیاست‌گذاری‌ها، در پایان پیشنهادهای قابل تأمل را در خصوص فرایند نظارت سالم ارائه داده است.

نظارت شاید از آسیب‌پذیرترین و فسدپذیرترین بخش‌های فعل در هر رسانه باشد. مکر آنکه کارکرد درست و و جوهری آن شناخته شود کار رسانه‌ها کوشش زندگی، فعل، گسترده و همیشگی است که به توقف دارد و نه وجهی از آن قابل تکرار است. الیهوکاتز (Elihu Katz) به‌سازه است: «از آنجا که رویکد‌ها، وقایع، ارتباطات مردم و عوامل طبیعی تکراری نیستند، انعکاس هر یک از آنها در رسانه‌ها نیز شباهتی به دیگری ندارد». از توضیح میدهند که رسانه‌ها هر روز از صدفا درگیری، دهها تک‌نوع سیاسی، هزاران حادثه خرد و کلان و تعداد بی‌شماری از وقایع پراهمیت و کم اهمیت خبر می‌دهند.
اما کمتر خبری را (در عمر رسانه‌ها) می‌توان یافت که درست شیبی به یک خبر دیگر باشد. گوست آن‌گاه نتیجه می‌گیرد که ادعای کمال در هر وجه و در هر سطح از کار رسانه‌ای خوش خیال و خوش‌بازی است. خبر، تجربهٔ تاژه‌ای است که آن باید با داشتن تازه مهارت تازهٔ لحن تازه و کارایی تازه برخوردار کردن.

خب، در ذات خود در معرض آسیب زمان قرار دارد و روزنامه‌ی در ذات خود تابعی از زمان، روز و روژنامه است. به معنای روز در ترکیب و در هر روژنامه‌ی همین معنی زمان و کنار زمان را می‌رساند.

و به حوال و درگوگونی در ذات زمان و زمانه اشکاره بارد. اینکه «به‌هشتین قطعه‌کارهای روزنامه‌ی را هنوز کسی نتوشته است» به همین معنا باز می‌گردد. به همیں ملاحظه، رسانه‌ی نیز که خود را درگیر پردازش واقع روز و روژنامه می‌کند، هر لحظه یاد خود را با این تحولات مهانه‌کند. این هم‌مانده، و الگومها و حتی بدون آن، جوهر فاقد نظرت بر رسانه‌ها به شمار می‌آید. نظرت در رسانه‌ها به معنای مجموعه‌ی کوشش‌ها در بازگردانی رسانه به خصوص و اقدام خود است. اما این کوشش‌ها نباید، جون عاملی ترس‌آور و مهیب جلوه کند؛ چنانکه در برخی، کشورهای با حکومت‌های تمرکز‌گرا روابط دارد. بلکه بر عکس باید به خلافت و نشاط کار رسانه‌ای باری دهد.

با وجود آنکه همگان، نظرات بر رسانه‌ها را لازم و مهم می‌شمارند و هم به مفهوم وارسی و ارزیابی روشنگر و همه جانبه، به منظور پیشگیری از خطاهای و تأثیر زمینه‌های بیشترین می‌دانند،

نتایج پیکسایی از این فایل در اندیشه‌های خود ندارند:

ویوداران ثابت: برخی حکومت‌ها، برخی گرایش‌ها و برخی از مسئولان، هدف نظرات را ثابت نگاه داشتند و روش‌ها، پیام‌ها و گرایش‌ها رسانه‌ی فرض می‌کنند. آنها می‌گویند وظیفه به خشک نظرتی رسانه، ثابت نگاه داشتن هنجره‌ها و روش‌هایی است که روا شمرده می‌شود و یا گروهی، جزیی یا گرایشی آن را روا می‌شمارند. این‌ها در برابر هر تغییر و دگرگونی، حساسیت نشان می‌دهند، قوانین و آن‌های‌های را ثابت و غیرقابل تجدید نظر می‌دانند و وظیفه پاسداش‌یز وضع موجود را به عهده‌واحد یا به نظرت فرض می‌کنند. با این این‌ها، از آنجا که تحقیق از قواعد، قوانین و هنجره‌ها، به کمراهی و تباهی می‌انجامد، باید با نظرتی دقیق و فراگیر در مقابل آن استاد و واکنش نشان داد.
در دوران حکومت حزب کمونیست بر اتحاد شوروی، فرایند خیبر و اطلاع‌رسانی در خدمت اعتذال اندیشه کمونیسم و پیشرفت کارگران و کشاورزان وابسته به حزب اعلام شده بود. اما مثالِ در شورای نظارت خبرگزاری تاس، اغلب نظامیان و سیاستمداران که‌های کاری خوب او و در کشور که می‌توانستند ضد کمونیسم را و یا تغییر را دریایی و به آن مقابل را کنند. برای کارهای رسالتی مقررات و آن‌هایی که ممکن تدوین شده بود و اداره‌های نظارت وظیفه داشتند به فصل، مادره، مادرها و تبصره‌های آنها را رعایت کنند.

در کشوری که از نظر هنری هم با آنکه آن اقتدار نظامی و پلیسی و آن جامعیت قانونی وجود ندارد، کار نظارت بر رسالتها به طور مستقیم بر عهده خاندان پادشاه قرار می‌گيرد. در واقع در اینجا نظارت، به عنوان بخشی از فرایند حاکمیت‌باید ارزیابی شود. در مکتب تغییرات به طور معمول، کار نظارت بر فرایند پیروز، از رسالت است و یا به دست کارگزاران غیررسالتی (سورت می‌گردد. اما در هر دو صورت حساس تلقی می‌شود، از اعتقاد و حمایت مسئولان نیز خوردن است و هدف آن کنترل جریان‌های نو آمد است. در این مکتب هم، اهمیت و حساسیت‌های رسالتی رویکردی پذیرفته شده است. اما این اهمیت و حساسیت بیشتر در دان خود خطرناک و شایسته کنترل ارزیابی می‌شود.

مکتب تغییرات (نکت‌کونی): سلیقه دیگری، هدف و نتیجه نظارت را رسیدن به زمینه‌ها و امکان‌های تازه می‌داند. بر اساس این نگرش، حاصل نظارت، نو شدن شیوه‌ها، کارکردی و روبروی‌های رسالت‌های را پایان مورد ارزیابی قرار داد. تلقی این مکتب از نظارت، تکراری‌های درک تاریخ‌یا اقامت در مسیر اصلاح است. در این دیدگاه، نظارت کوششی است در راه رسیدن به عرضه‌های تازه در رسالت‌ها. این اندیشه، فرایند ارزیابی دلایل مخاطبان و سنجش نظر آنان در قبال رسالت‌ها را به شکلی کسترده و همه جانبه، وظیفه بخش نظارت در رسالت‌ها ارزیابی می‌کند. این سلیقه، همواره نگاهی به آینده دارند و دگرگونی‌های حاصل فرایند نظارت فرض می‌کند. اما اگر این نکرش به شنایخت خصص‌های رسالت‌های متکن‌نشابد، حاصل غیر از تکرار تجربه‌ها به بار نمی‌آورد.

پداست که از دیدگاه اجرا اندیشه و شیوه دوم وقت و نیروی بیشتری راطلب می‌کند. همچنین روشن است که برخلاف دیدگاه اول، دیدگاه دوم بیشتر به ساختارشکتی روی دارد تا حفظ ساختارها در مکتب تغییرات، فکر اهمیت رسالت‌ها در آگاه‌سازی مردم را توجه به رأی و نظر و سلیقه مخاطبان جایی استوار دارد.
نظرات بر رسانه، در بخش‌ها و بند‌های مختلف آن صورت می‌گیرد، از جمله:

فناوری: هر روزه تاکید، محصول و روش‌هایی به مجموعه فناوری رسانه‌ها افزوده می‌شود.
در سال ۱۹۶۷، وقتی ساختار بدن گیرنده تلویزیون به شکلی طراحی شد که بیننده می‌توانست بدون کمک آن‌ها، صفحه تلویزیون را ببیند، همه فکر می‌کردند که دستگاه گیرنده تلویزیون به نهایت پیشرفته خود را بسته است. (۱) اما در حال بعد همچنان، روش‌هایی که در آن صفحه کوچکی که به شکل یک دایره نشان می‌دهد، برنامه‌ها را تماشا کند، فناوری رسانه‌ها همواره در حال تغییر است.
فناوری رسانه‌ها به ویژه در دو بخش مهم گردید: عوامل بسیاری دارد براش تجربیات بیشتر رسانه‌ها در این دو بخش از فناوری، بخش نظرات فنی نیز می‌توانند فعال باشند. وروش‌هایی امر محوری تحول پویا در کار رسانه‌ها پدید آورده است و ابزار فهم فارغ از این تحول‌ها ناساز جلو می‌کند.
بخشی از این نظرات فناورانه یا صرف تهیه و تدارک وسایل و تجهیزات شود که به کمک آنها، می‌توان با مجموعه رسانه‌های دنبال حکمت کرد. به این معنا که در عصر ارتباطات، داد و ستد بخشی از سرشت کار رسانه‌ای است و این، آمادگی فناورانه را برای هر دوره سوی داد و سند الزام‌آور می‌کند. مهمتر اینکه بر چگونگی بهره‌برداری از تجهیزات و امکانات آماده به کار نیز نظرات می‌شود. در بسیاری از کشورهای مصری‌کننده فناوری، از جمله بخشی کشورهای کوچکی که بیش از نیاز و ظرفیت، به روش کسب می‌کنند، یا وسایل و تجهیزات منفصل و پیچیده که کسی نمی‌داند به چه کار متین، خیبرداری می‌شود و یا با تأثیرات فناورانه، کلاها و تجهیزاتی خرد‌داری می‌شود که در خور ضبط همیشگی در انبارها هستند.
نظرت در بخش فناوری و از جمله در روزنامه‌ها، اگر به درستی صورت گیرد، آثار خود را بر هزینه‌ها و کیفیت این رسانه به سرعت آشکار می‌سازد. اما در تلویزیون و ماهواره‌ها به دلیل پیچیدگی و گرانیِ دستگاه‌ها این نظرت حساس‌تر و بپردازی‌تر به نظر می‌آید.

نظرت بر نیروی انسانی: دشوارترین بخش نظرت همواره در قلمرو نیروی انسانی صورت می‌گیرد. اینکه کارکنان به چه تعداد، با چه هزینه و با چه کیفیت و کمیتی در رسانه کار می‌کنند، جنبه مهمی از امور نظرتی است.

نوشتینگ که فناوری در دو بخش دریافت و توزیع رسانه‌ای نقشی قاطع و اساسی دارد. نیروی انسانی کارآمد و ماهر نیز در هر دو این بخش‌ها حضوری ضروری تضمین‌کننده دارد، اما نقص آن در بخش میانی، جایی که انواع پیام‌های جمع‌آوری شده از انواع منابع بايد فراوری و آماده توزیع شود، چشمگیرتر است.

حساسیت نظرت بر نیروی انسانی را زمانی باور خواهیم کرد که به یاد آوریم ماشین با هم‌توان فناورانه خود مهارت نتوانسته است جایگزین اندیشه و تصمیم و عقل انسانی‌های شود. "اگر جی ولز و سپس "زدان پل ساتر" پیشینه کرده‌اند که هر گاه ماشین به آن حد از توانایی بررسی که جایگزین بشر شود، انحاطات تنبدی کشیده آغاز می‌شود. در رسانه‌های چون تلویزیون، فناوران از جنس مخاطبان مستند و تا وقتی که آنان همهان از جنس و ذات مخاطبان باشدند، رسانه‌های پویا و زنده است. بنابراین نظرت بر نیروی انسانی در رسانه‌ها بايد با ملاحظه‌ها و خواص‌های مخاطبان همانگون و همگن باشد.

هر گاه نظرت به هدف تبلیغ یا پاسداری از اصول و مرام و روابط تجارتی و تولید صورت گیرد، به طور طبیعی حاصل آن نیز، شکل دادن رسانه به همان اصول و مرام و روابط تجارتی و تولید صورت گیرد. در اینجا باید به قبیل مخاطبان رسانه را از حوزه سیلیقه علاقه‌مند به دور خواهند دید. همچنانه‌ها در روزنامه‌های حزبی نیز به طور طبیعی، مخاطبان هم‌سان، هم‌مانند اعمال هم‌مانند با روبه و فکر رابط در آنها، چندین‌گانه هواهند شد.

در دوره مارگارت‌تابنگ، وزارت امور خارجه بریتانیا به دلیل کمک و حمایت مالی از بریتانیا اصرار داشت که این سازمان سنجشگری دولت و توجه کندن به مبلغ سیاست‌های آن باشد. اما مارک باي‌رورد (Mark Byford) مدیر بری‌سی پس از کنار رفتن تاجری، در سخنرانی به مناسبت آغاز سال نوی مسیحی خطاب به کارکنان خود گفت: "بری‌سی دچار مشکلات مالی جدی است؛ مخاطبان دولت، با بری‌سی قهر کرده‌اند و آگهی در هند می‌کنند - به دلیل محدودیت شمار مخاطبان - هم قیمت
نگاه به آگاهی و حتماً تعداد آن‌ها را یادآوری کنید. پس به شکل بحران مالی موجود و ظرفیت بی‌پیش‌دیا در حال آینده این است که بی‌طرفی بیشتر کنید و اخبار و گزارش‌ها را با به‌توانی در دیوان‌های اجتماعی درآمده و گزارش‌های بحران

مقابل کنید.

نگاه به پیروی انسان در

بسازن به روایت موجود و

فواسته‌های معافیت‌ها

و مسئله باشد.

نگاه مالی: ذات فناورانه، و گستردگی رسانه‌ها، گاه موجب

رهایی نیازهای انسانی از نظر مالی و اقتصادی می‌شود. برای برخی که در مورد کارکرد، رسانه‌ها عادت به افزایش، تنش و افزایش می‌رسد به وسیله، بخش از آنها کارکردی داشته باشند. بدین‌نوعی انسان‌پذیری است. به‌نوبه اقتصادی که به ناحیه بی‌طرفی در خارج داشته باشد. پذیرش این نشانه‌های کمی را نشان‌دهنده کننده بوده و اعتبار، پذیرش‌های بدون سرمرب و لاین‌های نیست و رسانه‌ها استانان و

قابلیت‌های دارند که از طریق آن می‌توانند اختلافات هزینه شده را جبران کنند. از قضاها هر گاه یک

رسانه به وظیفه‌های اقتصادی خود‌آشفته و این ظرفیت‌ها را به کار گیرد به واقعیت‌های کارکردی خود در یک نظری که خواهد شد. رسانه‌های جوان لبیکی‌ها تأثیرگذاری تاکید و گستردگی در می‌تواند و هم باشد بنیان گذاشته از این ظرفیت‌ها را در قبال دیوان‌هایی در

اختیار، برخی‌ها مختلف بگذارد. با خواننده‌ها می‌کند به فورت موجه رابطه میان سلامت کار

رسانه‌های در قبال مخاطبان و چنین در آمدگی آن خواهیم شد.

نگاه به پس‌های: این نگاه، دقیق‌ترین، پایدارترین و پیش‌ترین به‌نظر نظری‌های در مورد رسانه‌ها است. در این بخش، رسانه‌های بايد به طور دائم فراورده‌های خود را از نظر برآورد ارتباط فعال با

مخلوقات بی‌پیش‌دیا کنید.

خوشال کار، رسانه‌ای تحویل و نحوه‌ی با همه‌ها مشابه و تجربه‌های بی‌پیش‌دیا است. این‌طور خود در ناحیه خود با استانی و تکرار در ناحیه قرار می‌گیرد. جریچ هربرت لوم

(George H. Loom) و

سرپسندی می‌آید. اما شاید چهک نه تنها در کاربرد انسان‌شناسی و

دانسیستیسم است. نگاه به پس‌های که حاصل مجموعه‌ی توان فناورانه، نرودی انسانی و اجرای سیاست‌ها در یک

رسانه‌است خواص تیپونی و دویونی به شمار می‌آید. بی‌پیش‌دیا از لحاظ مراجعه به افزکار و نظر
مخاطبان و درونی، از لحاظ بازنگری و ارزیابی درون رسانه‌ها. نظارت بر مضمون با این تعبیر به‌جریه‌گری عوامل درون سازمانی و برنامه‌ریزی ارتباط می‌یابد: عوامل درون سازمانی مجموعه‌ای فعال درون رسانه‌ها و عوامل درون سازمانی عوامل پیروزی و استقرای رسانه‌ها (مثل قانون، سیاست، مصالحه‌ها) را شامل می‌شوند. اما از میان مضمون‌های سه گانه که گفتگو شده، نظارت بر کار خبر و آگاهسازی حساستر و دامنه‌دارتر از بقیه است. چرا که امروزه، ذات خبر به تدریج از عینیت و حقیقت ناب قابل‌قابلیت می‌گردد و به چه بیشتر و حرفه‌تر، به سوی تبلیغ و ترغیب و اقناع سی‌مکند. در حال حاضر، خبر شامل یک بخش کامل یعنی عناصر شرح گانه خبر و یک بخش سطحی یعنی پیام‌هایی است که باعث بروز مخاطبان باورسازی کند. برخی از نیمه‌های اول قرن بیستم که بر واقعیت و عینیت خبر تأکید می‌کنند، از سویی مسلسل و مسلسل بودن به مهارت‌های تبلیغ و اقناع نیز ممکن است خبر را تا حدی یک آگهی (تجاری یا سیاسی) تنزل دهد و به تدریج مخاطبان را از رسانه‌های دور کند.

نظارت بر مضمون همواره باید در بین‌رود از دستگاه رسانه‌ها و از طریق مؤسسه‌های تحقیقاتی و ارزیابی رسانه‌ای مستند صورت گیرد تا ناظر تحت تأثیر عوامل خارجی و اداری واقع شود.

نظارت بر سیاستگذاری‌ها: هر رسانه‌ای برای رسیدن به اهداف ویژه‌ای شکل می‌گیرد و فعالیت‌هایی انجام می‌دهد. در اینجا، رسانه‌ها به‌صورت تلویزیون و ماهواره‌ها یا سوشیال می‌شوند. در اغلب موارد بی‌توجهی در دنبال توسعه نیافته، این حمایت از سوی دولت‌ها صورت می‌گیرد و به همین دلیل هم رسانه‌ها خواهان ناخواهان مجبوری سیاست دولت‌ها می‌شوند. اما دولت‌های بودن رسانه‌ها، همواره به معنای مردمی بودن آنها نیست. اگر دولت‌ها برآمده از انتخاب و اراده مردم باشد، رسانه‌های دولتی نیز در واقع رسانه‌ای مردمی و در راستای خواسته‌ها و علایق عمومی خواهند شد. خطر وقوع یک دهم که رسانه‌های تنا خانگو و مدافعان یک بخش از حاکمیت مثالی یک گروه سیاسی خاص باشد.

هر رسانه یک هسته سیاستگذاری دارد و عوامل درون گروهی به‌کنار ملاحظه‌هایی و برای رسیدن به هدف‌هایی خطوط اصلی کار را ترسیم می‌کند. اما سیاستگذاری یک گروه است و نظارت بر کیفیت اجرای آن کاری دیگر. گاهی ممکن است بخشنده در عوامل درون رسانه در برای سیاست‌ها و طرح‌های آن هسته مقاومت کند. گاهی نیز ممکن است چنین موافقت و مقاومت‌هایی وجود نداشته
باشند، اما اجرای سیاست‌ها دشوار با نامیکن شود. در هر صورت، نظرت بر سیاست‌ها و هدف‌ها
بخشی از فرایند نظرت رسانه‌ای است.

نظرات بر مضمون همواره باید در
پیروی از دستگاه‌های آن و از طریق
مؤسسات‌های تحقیقاتی و ارتباطی
رسانه‌ای مستقل صورت گیرد تا
نظر ثبت تأثیر عوامل فردی و
اداری واقع شود.

روک‌های در این صورت، ناظران رسانه از امتیاز‌ها و مزایایی
برخوردام می‌شود که با عملکرد و سطح وظیفه‌ای که بر عهده گرفته‌اند، نسبتاً ندارد.

فرایند نظرت سالمند

نقش نظرات بر روی عملکرد رسانه‌ها، نه تردید پذیر است و نه قابل نادیده گرفتن. اما مهمتر این
است که این فرایند از حیطه و میدان واقعی خود به دلیل دور نیفتند. ممکن است نظرات روندی
سالم را یک کن و در خدمت کششر و سلامت رسانه فرار کرده و ممکن است به سویی رود که در
مقابل فرایند تأثیرگذاری رسانه واقع شود. از جمله:

- نظرات ناپاید به شکل وسیله‌ای تهدیدی‌آمیز و ابرازی مهیب و غافلگیرکننده برای کارکنان رسانه
در آید. نظرات خود را تحقیق کنند. است نه بازدارند. نظرات در هر نوع آن باید به بهبود فراگرفدر
ارتباط میان رسانه و خانواده کمک کند. نه انکه آن فراگرفد را مطلع نگاه دارد و در آن وقتف ایجاد
کند.

- بهترین شکل نظرات در انواع یاد شده، نظرات نامحسوس و ناپایدار است. ایجاد بخش نظرات به
صورت عیان و مستقیم، به محیط پرنشاط که لازمه رسانه به شمار می‌آید، لطمه می‌زند.
- نظرات باید نتایج دوگانه تسویق و تثبیت را در بی آورد. عادت به تحقیق، توصیف و تامل بر اثر
نظرات، محیط ناسالم و پرخطری را در رسانه پدید می‌آورد.
- کار نظرات باید به کوشش‌های پلیسی و اطلاعاتی شبه باشد. چرا که در این صورت حاصل
نظرات، محیط پلیسی، محتاطی و بی‌نشاطی را خواهد ساخت.
- نظرات در هیچ یک از اشکال خود باید به حذف نیروی انسانی شاخص بینجامد. حذف و کنار
گذاشتن عوامل بیدایو رنده باید آخرین چاره باشد، نه نخستین گام. فعالیت‌های رسانه‌ای کوششی
پرخطر، دشوار و در مورد رسانه‌ای چون تلویزیون پرده‌زیون برخیشین است. به مهارت رسانه‌ای یک خبرنگار، یک تهیه‌کننده، یک صاحبه برساز و یا یک صفحه‌بند، هر یک از سیاره‌هایی که می‌توانند به همراه این عوامل و بیهوده‌گذاشته هر یک مجموعه‌گذاری و صرف هزینه، به همراه این باعثه‌ای اقتصادی نیست.

- نظرات همواره باید نگاهی به پیشرفت و آینده داشته باشند. نظرات به منظور تثبیت وضع موجود یا بازگشت به گذشته، از مفهوم و کارکرد آن به دور است.

- نظرات در مورد عملکرد رسانه، زمینه‌بندی‌ها و ارزانی‌بندی در بیرون رسانه عملی شود زیرا در غیراین صورت، حساسیت داوری ناشی از نظرات، یا به بروز فساد در واحدهای نظارتی و یا به حمایت‌ها و داعف‌های بی‌مورد می‌انجامد.

- ناظران باید از میان عناصر بی‌نظر، بدون دخالت آرام، ایندشنگر و میثاق برگزیده شوند.

- اشخاص احساساتی، تن و بی‌خیز از وظیفه، هدف و کارکرد رسانه‌ها معمولاً زبان‌های چشمگیری را موجب خواهند شد.

- این نکته نیز بسیار اهمیت دارد که همه کارکنان رسانه به روشنی با اهداف و شیوه عمل واحدهای نظارت تنها باشند. پدیداً ورنگان باید بندهک به ناظران در چه زمینه‌هایی، با کدام دید، با چه نتیجه‌ای و چرا داوری می‌کنند. آنان با پایدار تکراری که گسترش‌دهی آثار نظرات از کجا باشد کمک خواهد شد.

پیونش‌ها

1. Cultural Continuity and Change, The Role of Mass Media

2. دستگاهی که زوریکین ساخته بود، لامپ تصویری داشت که به صورت افقی قرار می‌گرفت و بین‌بندی به کمک یک آینه می‌توانست تصویر را (یا انسان زیستی یک پیش دستی میوه خوری) از روبه‌رو تماشا کند.

منابع


W.James Popham. Educational Evaluation, 1995, p.34
گونهشناسی روش‌های ارزشیابی

ترجمه و تأثیف: دکتر اسماعیل بیابانگرد
مدیر گروه روانشناسی مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما

انتشار

در انجام ارزشیابی عملکرد یا محصول یک سیستم یا مجموعه، رویکردهای گوناگونی را می‌توان برگردد. این گزارش طیب‌ترین می‌باشد بر اساس نوع سیستم، هدف ارزشیابی، امکانات و توامین‌های موجود و سایر عوامل دلخیل صورت پذیرد. با این همه، تمامی رویکردهایی که نسبت به ارزشیابی سازمان‌ها، نهادها و فعالیت‌ها وجود دارند، عمومی و قابل استفاده در شرایط متنوع ساختاری و سازمانی‌اند. نگارنده در این مقاله می‌گوید با استفاده از روش ورتن و سندرز، پنج رویکرد و الگوی اصلی ارزشیابی عملکرد در سازمان‌ها و نهادها را به بحث بگذارد.

صاحب‌نظران ارزشیابی (evaluation) در دیدگاه‌های خود نسبت به این که ارزشیابی چیست و چگونه باید انجام گیرد، اختلاف نظر دارند. این اختلاف نظرها به ایجاد رویکردهای ارزشیابی مختلفی منجر شده است که در اینجا به اختصار آنها را توضیح می‌دهیم، رویکردهای
مطرح شده در این بحث، روشکردهای عمومی‌ای هستند که برای تمام زمینه‌ها، سازمان‌ها، نهادها و فعالیت‌ها قابل استفاده‌اند. به سخن دیگر، از این روشکردهای هم می‌توان برای ارزیابی فعالیت‌ها و پیشرفت‌های تحصیلی و آموزشی مدارس و دانشگاه‌ها استفاده کرد و هم برای ارزیابی برنامه‌ها و فعالیت‌های صدا و سیما و یا هر سازمان‌یا نهاد فرهنگی، آموزشی، هنری، اجتماعی و اقتصادی

Worthen & Dieter. (1987) استفاده خواهیم کرد. این صاحب‌نظران، تمامی روشکردهای ارزیابی را در پنج دسته به شرح زیر تقسیم کرده‌اند:

1. الگوهای ارزیابی برخاسته از روشکردهای مبتنی بر هدف

در روشکردهای ارزیابی مبتنی بر هدف (objective - oriented approach) ابتدا مقادیر فعالیت‌های پژوهشی، آموزشی و یا برنامه‌های ترویزیونی تعیین می‌شود و سپس کوشش به عمل می‌آید تا نشان داده شود که این مقادیر تا چه اندازه تحقیق پافته‌اند. در سازمان‌های صدا و سیما، فعالیت‌های ارزیابی‌ای می‌تواند از فعالیت‌های اجرایی روز به روز شبکه گردد، و یک راهگاهی یا مرکز پژوهشی، تا شما فعالیت‌ها و برنامه‌های سازمان را شامل شود. نتایج به دست آمده از ارزیابی مبتنی بر هدف را می‌توان برای اصلاح و تجدیدنظر در مقصد بر هدف‌های سازمان، فعالیت‌های آموزشی و هنری و یا روش‌ها و تدابیری که برای سنجش تحقیق مقصد یا هدف‌ها به کار رفته‌اند، مورد استفاده قرار داد.

الگوی ارزیابی یا (Tyler) نخستینالگوی ارزیابی مطالب با روشکردهای مبتنی بر هدف است که تاریخ پیدا کردن آن به دهه ۱۹۳۰ برمی‌گردد. منظور تاپلر از ارزیابی یا است که تعیین کننده‌های آموزشی یا هنری که سازمان‌ها یا هم‌زمان تحقیق پافته‌اند. به همین جهت، نیز از در الگوی ارزیابی خود مراحل زیر را پیشنهاد داده است:

1. تعیین هدف‌های کلی (غایت‌ها و هداف)
2. طبقه‌بندی غایت‌ها و اهداف
3. این یا اهداف به سوی رفتاری، عناصر قابل اندازه‌گیری
4. دانستن موقعیت‌های که در آنها می‌توان دستیابی به هدف‌ها را نشان داد
5. توانایی یا تهیه روش‌ها و فنون اندازه‌گیری
6. گردآوری داده‌های مربوط به اثرات فعالیت‌ها
7. مقایسه داده‌های مربوط به اثرات فعالیت‌ها با اهداف رفتاری
هر گاه در نتیجه ارزیابی معلوم شود که بین اثرات فعالیت‌ها و اهداف اختلاف وجود دارد، با اید نواصع را برطرف کرده و بار دیگر ارزیابی را انجام داد. بنابراین دوره ورنر و سندرز (1987) الگوی ارزیابی تاکید که به لحاظ منطق درست آن، از نظر عملی قابل پذیرش بوده و برای متخصصان ارزیابی به سهولت قابل استفاده است، از زمان وی‌داپیش‌تاکون تأثیر عظیمی بر نظریه‌برداران ارزیابی داشته است (ورنر و سندرز، 1987، ص. ۲۲).

2. الگوی ارزیابی براخاسته از رویکرد مبتنی بر مدیریت (management - oriented)
آن دسته از الگوهای ارزیابی که از رویکرد مبتنی بر مدیریت (approach برخاسته‌اند. به قصد کمک به مدیران و تصمیم‌گیرندگان به وجود آمده‌اند. پدیدآورنده‌اند الگوی ارزیابی بر یک رویکرد سیستمی (System approach) تأکید دارند که در آن درباره درون‌دادها، فرایندها و بروز‌دادها تصمیم‌گیری می‌شود. مفاهیم الگوی ارزیابی حاصل از رویکرد مبتنی بر مدیریت همواره تصمیم‌گیرندگانی هستند که جهت فعالیت ارزیابی را همراه با نیازهای اطلاعاتی و ملاکهای اثربربخشی تعیین می‌کنند (ورنر و سندرز، 1987، ص. ۷۷).

The UCLA evaluation model

(The UCLA evaluation model)

این الگوی ارزیابی علاوه بر این که در دانشگاه کالیفرنیا واقع در لوس‌آنجلس پدید آمده است، حروف A،UCLA حروف اول کلمات تشکیل دهنده نام این دانشگاه هستند.

در الگوی ارزیابی برای ایآی آی، فرایند ارزیابی چنین تعیین شده است: «ارزیابی فراینده تیعین انواع تصمیمات و نیز انتخاب، گردآوری و تحلیل اطلاعات مورد نیاز برای اخذ این تصمیمات؛ و گزارش کردن اطلاعات مربوط به تصمیم‌گیرندگان است (پوپکام، 1975، ص. ۲۷). الگوی سی ای از پنج نوع ارزیابی زیر تشکیل یافته است:

1. سنجش نظام (system assessment) (یک مرحله از ارزیابی، اطلاعات لازم را درباره حالت با وضعیت نظام فعالیت‌های یک سازمان هنری، آموزشی، فرهنگی، اجتماعی و یا اقتصادی گردآوری می‌کند.

2. طراحی برنامه (program planning) در این مرحله از ارزیابی، برنامه‌های ویژه‌ای برگزاری می‌شوند که تصور می‌رود بر اثر این راه‌های هنری، آموزشی، فرهنگی، اجتماعی و یا اقتصادی مفید است.
۲. اجرای برنامه (program implementation) در این مرحله، اطلاعات ضروری درباره اینکه آیا برنامه انتخابی به کارکننده‌گاه که در نظر بوده و به نگاه که می‌باشد داده شود، معرفی شده است یا نه جمع‌آوری می‌شود.

در (program improvement) بهبودی برنامه (program certification) در این مرحله اطلاعات مورد نیاز برای قضاوت درباره ارزش برنامه و امکان استفاده از آن در موقعیت‌های دیگر فراهم آورده می‌شود.

۳. الگوهای ارزشیابی برخاسته از رویکرد مبتنی بر مخاطب یا مصرف کننده به گفته ورتین و سندرز (1987)، تمامی مؤسسات با افراد مستقلی که قبول مسئولیت کرده‌اند تا اطلاعات مرتب به فراورده‌های هنری، فرهنگی یا آموزشی را جمع‌آوری کنند و دیگران را نیز در این کار باری دهند. رویکرد ارزشیابی مبتنی بر مصرف کننده (consumer - oriented) یا ترویج کرده‌اند. در سازمان‌های صدا و سیما، فراورده‌های هنری، آموزشی و تمایل به ترویج تاکید شده تا در مجموعه برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی به ویژه اخلاقی و فیلم‌های سینمایی تولید شده تا در دنیای فناوری مبتنی بر مخاطب ارزشیابی‌دانه است با توجه به توصیه‌های آن توسط مخاطبان، میزان اثرگذاری آن در تغییر نگرش مخاطبان و میزان جلب رضایت و ارزش ارزش‌های آن تا دوران سنجش قرار داد.

۴. الگوهای ارزشیابی برخاسته از رویکرد مبتنی بر نظر متخصصان در الگوهای ارزشیابی برخاسته از رویکرد مبتنی بر نظر متخصصان (expertise - oriented) مراجع داوری اثربخشی مؤسسات، برنامه‌ها، فراورده‌ها و فعالیت‌های آموزشی و هنری و متخصصان و صاحبان فن مسئول برای مثال، برنامه‌های خبری را متخصصانی که این برنامه‌ها را متخصصانی که این برنامه‌ها را می‌بینند و محتوا و ساختار آنها را می‌سنجند ارزش‌یابی می‌کنند.
5. الهویه ارزشیابی برخاسته از روزگرد مبتنی بر اختلاف نظرهای متخصصان

الهویه ارزشیابی برخاسته از روزگرد بیشتر با اختلاف نظرهای متخصصان، بر این فرض استوار است که تمامی متخصصان ارزشیابی، خواسته‌های ناخواسته نظریات و تعصب‌های خود را در جریان ارزشیابی دخالت می‌دهند و لذا برای ایجاد نتایج درست، تری از ارزشیابی به دست آورن باید نظرهای موافق و مختلف متخصصان و صاحب‌نظران متعدد را مورد استفاده قرار دهیم. ورتن و سندرز (1987) موضوع را این گونه توضیح داده‌اند: «در حالتی که اغلب روزگردهای ارزشیابی می‌پیشنهاد تا سوگیری را کاهش دهند، روزگردهای بیشتر بر اختلاف نظرهای متخصصان اهمیت است که با دخالت دادن نظرهای مثبت و منفی در ارزشیابی، سوگیری را متعادل سازد و از این طریق عادل‌تر به برقرار کنند.»

بنابراین توضیحات بالا، می‌توان گفت که ارزشیابی بیشتر بر اختلاف نظرهای متخصصان مجموعه‌ای از فعالیت‌های مختلف ارزشیابی است که خود با یکدیگر تفاوت دارد. در این روزگردها، یک ارزشیاب یا گروهی از ارزشیابان به عنوان مدافعان برنامه عملی می‌کنند و مثبت‌ترین جنبه‌های برنامه یا موضوع مورد ارزشیابی را معرفی کرد و از آن دفاع می‌کنند. در حالتی که ارزشیاب یا گروهی دیگر از ارزشیابان، نقش مخالف را باید می‌کنند و نقاط ضعف برنامه را بزرگ‌تر جلوه می‌دهند. این است که از ترتیب نظرهای موافق و مختلف نتیجه‌ی دست‌گاه و عادلانه‌تری درباره موضوع ارزشیابی به دست می‌آید.

همچنین ارزشیابی را با جایگذاری ارزشیاب می‌توان به دو دسته طبقه‌بندی (internal evaluation) و بیرونی (external evaluation) تقسیم کرد. منظور از ارزشیابی درونی آن است که ارزشیابی توسط کارکنان و دست‌اندرکاران تهیه و اجرا آن برنامه به عنوان افزایش درونی برنامه انجام شود و منظور از ارزشیابی بیرونی این است که ارزشیابی توسط اشخاصی که خارج از برنامه هستند انجام گیرد. در ارزشیابی درونی، شخص طراح یا تولیدکننده، خود به ارزشیابی برنامه می‌پردازد، اما در ارزشیابی بیرونی، معمولاً شخصی از بیرون برای این منظور گام‌های می‌شود که به برنامه‌شناسی وابسته نیست.

هر یک از دو نوع ارزشیابی درونی و بیرونی نسبت به دیگری دارای محسوس و معنی‌دار است. برای مثال، از یک طرف اطلاعات ارزشیابی درونی از برنامه، خیلی بیشتر از ارزشیابی‌های بیرونی است. اما از طرف دیگر ممکن است نزدیکی زیادی این ارزشیابی با برنامه سبب شود که ارائه‌نامه‌های بی‌طرف بماند. بنابراین، اصول ارزشیابی بیرونی از ارزشیابی درونی، عینیت و بی‌طرفی‌تر عمل
می‌کنند، اما یعنی در حالی است که آنان مشکل می‌توانند به اندازه ارزشیابان درونی از جریان برنامه مطلع باشند.

منابع

نگاهی بر سنجش‌نامه‌ای کیفیت و ارزشیابی در رسانه

رضا رشیدیان
دانتشجوی کارشناسی ارشد
ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

اسکار
برقراری ارتباط مثبت و مؤثر و تناسب یکپارچه بیان با شرایط محیط و گیاهان
همواره مستلزم ارزیابی‌های کیفیت ارتباط و سنجش تأثیرات‌های افزایش است. بیش از است
این ارزیابی‌ها در ارتباطات غیرمستقیم که از طریق رسانه‌های جمعی صورت
می‌گیرد، به مراتب پیچیده‌تر از ارتباطات مستقیم روند در رست. نگارنده در این
مقاله کوشیده است من به شرایط علل و ابعاد این پیچیدگی، با مرور سه
دیدگاه علمی - تحقیقاتی گرین بارگ و همکاران در دانشگاه ایالتی میشیگان،
تحقیق رزین گرین و همکاران و نظریه جان وابر - آرای اندیشمندان را در باب
روش‌ها و شاخص‌های ارزشیابی برنامه‌های تلویزیونی به بحث بگذارد. از نظر
وی، پیچیدگی فرآیند ارزشیابی در رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون،
روش‌های ستی را در این خصوص ناکارآمد و تدوین یک نظام جامعی ارزشیابی
تلویزیونی مشتمل بر شاخص‌های و روش‌های ارزیابی پیکره برمگیر، ناپذیر
برنامه‌ها، آگهی‌ها، هوازنده‌ها و کل زنجیره تولید را ایجاب کرده است.
در فرایند ارتباط، فرستنده پیام همواره نیازمند دریافت بارخورهاد مخاطب خویش است تا بر
اساس آن، نحوه تولید و ارسال پیامها را مناسب با شرایط و وضعیت دریافت کننده تنظیم کند. در
ارتباط ميان فردی، فرآیندهای ارتباطی از طریق دریافت رود روزهای عنصری نظریات محبیت‌ها و
فراگرهای ارتباطی جمعی نظری برناهمهای رادیو تلویزیونی به آن نیازهای عدم ارتباط رو در روی
تولیدکنندگان و فرستندهان پیام به مخاطبان، انجام این امر در چرخه پیچیده‌تر صورت می‌گیرد.

فرآیندهای بارخورهاد از طریق شیوه‌های نظری ارزیابی انجام می‌شود.

گرهار مالتزک، محقق آلمن اولین امتیازات است ارائه‌گرگ اولین امتیازات است مشترکان و نادرست‌ها معتقدی را که بر تولید
ارسال و دریافت پیام در رسانه‌های جمعی مؤثرن، بر متمرکز است. در این صورت مبنا تا
ساختار شخصیت ارتباطگران، محیط اجتماعی ارتباطگران، گروه‌های میانی ارتباطگران، فشارها و
محددیده‌های ناشی از خصوصیات عمومی رسانه‌ها، گزارش و تنظیم محتوای پیام‌ها، تصور ارتباطگران
از مخاطب، تصور مخاطب از رسانه، ساختار شخصیت مخاطب، محیط اجتماعی مخاطب و
ویندا، سیکانژر، اولسن، 176 ص (273). الگوری مالتزک به نوعی گرایش پیچیده‌ای فرآیند ارتباط
در رسانه‌های جمعی است اما این گرایش در رسانه‌های نظری رادیو و تلویزیون که تعداد سطوح
کارگزان ارتباطی آن بیشتر است، به تناسب مضافاف می‌شود. از این رو متوالیان و سیاست‌گذاران
رسانه‌های جمعی برای تأمین بارخورهاد لازم و هدایت برنامه‌های ارتباطی خود از شیوه‌های
ارزیابی بهره می‌میرند.

برای ارزیابی، تعریف مختلفی ارائه شده است اما اغلب آنها در مولفه‌های نظری گردآوری
نظامی انتقال عملکرد با اهداف از پیش تعیین شده، سنگین‌جذبیت‌ها و اشترات
برنامه، داوری و پرساوت مشترک، هدف‌ها، شاخص‌ها و استاندards، از عوامل اصلی تمایز
روش‌های ارزیابی از یکدیگرند. در کتاب کاربرد نظریه ارتباطات، در این زمینه آمده است:
»ارزیابی اقدامی طاقتفرسانه و ممکن است دوباره به دو پیام‌های زیادی را برابر برنامه‌ریزی ارزیابی (آزمایش)
به همراه داشته باشد. با این وصف نیاید از آن اجتناب نشود. که نتایج برنامه‌ریزی ارزیابی و مشروطی
برنامه‌ریز در نظر متشیل، هر دو در گرو ارزیابی دقت‌انداز متوین پژوهشی ارزیابی (1972,
Weiss،)
(۱۴) توانایی قابل می‌شوند. ارزیابی‌های پیام‌های نشان میدهد که برنامه‌های چه حداکثر درست، انتخاب، توان‌ها
پژوهش کوئینی فراتر از این است. طبق نظر «ویس» ارزیابی تکوینی اطلاعاتی را که در طول تحویل
برنامه پس خورده شده است به دست می‌دهد تا به بهبود برنامه کمک کند. این ارزیابی‌ها در خدمت نیازهای توسعه‌دهنگان برنامه است. (Pavlik, 1987، (همان منبع ص. 192)).

هدف در ارزیابی مرحله‌ای (با توجه به تقارن آن با زمان تولید برنامه) سنجش میزان مؤقت‌تجمه‌ی آن و یافتن اشکالات موجود در برنامه و رفع آنها مناسب با اهداف تعیین شده، پیش از اتمام نهایی مراحل تولید است. ارزیابی مرحله‌ای به طور معمول با دو گروه ارزیابی به مرحله اجرا گذارده می‌شود: یک گروه متشکل از عوامل حرفه‌ای رسانه که برنامه را از بعد کیفیت حرکت‌های می‌سنجند و گروه دیگر، نمونه‌ای غیرتخصصی از مخاطبان پیش‌بینی شده برنامه که پس از مواجهه با بخش‌هایی از آن، با استفاده از روش‌های شبه آزمایشگاهی و مصاحبه‌های عمیق برنامه را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. ارزیابی نهایی، از پرخی جهات نظیر بهره‌گیری از روش‌های شبه آزمایشگاهی و مصاحبه، شبیه ارزیابی مرحله‌ای است اما از پاره‌ای جهات دیگر نتیج‌هندی و بهره‌گیری از روش‌های پیش‌بینی، با آن متفاوت است. نمونه مخاطبان مورد استفاده در آزمون‌های آزمایشگاهی ارزیابی نهایی نیز به طور تصادفی انتخاب می‌شوند.

کیفیت در رسانه

روش‌هایی ارزیابی علاوه بر مرحله مورد نظر بر اساس نوع کیفیت مورد بررسی نیز می‌باشد. شاهد مقوله کیفیت در رسانه از مفاهیم متعدد و سیاسی است که ملاحظات متعارض در تعیین آن نقش دارد. برخی از آن ملاحظات از نظر کامیابی ایدئولوژیکی و هنرجویی اجتماعی و پاره‌ای دیگر از هنرجویی حرفه‌ای و اقتضایات ساختاری رسانه شرط شده می‌گردند. علاوه بر این، به فناوری‌های حاضر برحور جامعه، محمل اصلی تعیین کننده بار ارزیابی کیفیت، گاه حاکمان سیاسی و سیاست‌گذاران، گاه عوامل و ارتقاء‌گران حرفه‌ای رسماً و گاه عناصر مرتبط به نیاز و رضایت مخاطبان مستند. تمرکز به‌یادتر بر هر یک از این محوره طور مفهومی کیفیت در رسانه را معین می‌کند.

مطالعات قابل توجهی در این زمینه صورت گرفته که حاصل آن دسته‌بندی‌های مبتنی بر سنگشناختی کیفیت در برنامه‌ها است.

تحقیقات از دانشگاه ایالتی میشیگان

یکی از این موارد، تحقیقات است که توسط گروه ارتباطات راه دور دانشگاه میشیگان در زمینه ارزیابی کیفیت در رادیو تلویزیون همگانی (public service broadcasting) انجام شده است.
گرین برگ، لاروس، آلبرز، لیسن، ۱۳۷۱، ص ۱۲۱). در این بروز، چهار زمینه اصلی برای ارزشیابی کیفیت از یکدیگر تفکیک شده است:
الف. کیفیت از نظر برنامه و عوامل تولید آن.
ب. کیفیت دریافت برنامه‌ها (از نظر مسائل فنی پخش، وضعیت وسایل ارسال و دریافت صوت و تصویر و).
ج. کیفیت از نظر تنویع موجود در برنامه‌های شبکه‌ها.
د. کیفیت از نظر مخاطبان.
این دسته‌بندی که به عنوان گامی مقدماتی برای انجام تحقیقات چاپ‌مرکز در زمینه ارزشیابی در یک نظام رادیو تلویزیون همگانی انجام شده است، در نوع خود نگاهی فراگیر به ابعاد قابل سنجش رسانه‌های دارد و در زیر هر یک از ابعاد یاد شده، روش‌هایی را جهت موضوع مورد نظر پیشنهاد می‌دهد:
کیفیت از نظر برنامه و عوامل تولید به دو دسته تقسیم می‌شود: کیفیت ملموس و کیفیت نسخه‌گذاری که ویژگی‌های نظر نرم‌شرکت در دوربین، کادربندی، تدوین و سیگنال‌های پخش تصویر و را شامل می‌شود و کیفیت از نظر ویژگی‌های غیرملموس (و دوباره در اندیشه‌گری) که مواردی نظیر انتخاب، خلاقیت و جذابیت‌های زیبایشناختی را (که مشاهده و توصیف آنها قدری مشکل است) در بر می‌گیرد، ساز و کار انتخاب آثار در جشنواره‌ها، متن دیگر برنامه‌های تلویزیونی و انجام مصاحبه‌های عمیق با صاحبان نظارت امر تولید، از معیارهای اصلی که جهت ارزشیابی گروه دوم ویژگی‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. به طور معمول، هر دو دسته این کیفیت‌ها با استفاده از مقیاس‌های لیکرت و توسط عوامل صاحبان نظارت تولید و ارزشیابان حرفه‌ای مورد سنجش قرار می‌گیرند.
کیفیت فنی دریافت برنامه و نحوه انتقال صدا و تصویر نیز یکی از عوامل مؤثر در جلب مخاطبان رسانه و مخاطب آنها است. کیفیت سیگنال‌های دریافتی از یک شبکه تأثیر به سزایی در ابزارها توجه مخاطب به برنامه دارد و از ویژگی‌های بررسی در آزمایشگاه‌های مهندسی و سنجش کیفیت امواج و نیز انجام طرح‌های پیمانی نظرسنجی جهت اطلاع از کیفیت دریافت امواج توسط مخاطبان مورد ارزشیابی قرار می‌گیرد.
کیفیت از منظر به نظر برجای مانده انتخاب مخاطبان از میان برنامه‌های شبکه‌ها و به این معناست که وسعت و عمق امکان انتخاب برنامه‌ها و یا شبکه‌ها، به نوعی ملاک ارزشیابی علی خاطبان از کیفیت عملکرد شبکه‌ها قلمداد می‌شود. تنوع با وجود آنکه دارای ماهیتی کم است، امر خود به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی در ارزش‌یابی کیفیت به شمار می‌رود. مقولة تنوع از نظر وسعت و عمق، بر اساس تعیین کمیت‌های مطلوب و از طریق روش‌های آماری مورد ارزش‌یابی قرار می‌گیرد.

کیفیت از نظر مخاطبان براساس سنجش و یا کیفیت‌های مخاطبان نسبت به ابعادی نظریه و میزان اثر‌خیزی رضایت‌جویانه، رضایت‌جویانه، لذت بخش بودن، تناسب با علاقو، بالای بودن سطح کیفیت، آشنا بودن با برنامه‌ها و مورد ارزش‌یابی قرار می‌گیرد. روش سنجش این نوع کیفیت، استفاده از طرح‌های پیماشی است.

تحقیق از کشورهای آسیای جنوبی (3)

تحقیق دیگر در زمینه کیفیت و روش‌های ارزش‌یابی آن، توسط گروه‌های آزمایشگاهی کشورهای شمالی آسیا انجام گرفته است (ژنگ، کارلسون و نگروس، 1973، ص 14). در این تحقیق، ارزش‌یابی کیفیت بر اساس استانداردهای مبتنی بر ارزش‌ها و هنگامی تثبیت شده و با در نظر گرفتن یک ویژگی خاص تعیین شده است.

برای طبقه‌بندی ارزش‌ها و استانداردها، روش‌های مختلفی نظری بر اساس دانی شدنش نظریه جنگری رسانه‌ها و تفسیری بندی بر اساس سطح خرد، میانه و بالا در رسانه‌ای مانند شبکه و سیستم رسانه‌ها (برناردو، شدن استاندارد بودن دستی معنید کتاب (Kent Asp) در کتاب قدرت رسالت‌های گروهی» در قالب یک روش توصیفی، اطلاعاتی و پیامی، مبانی تفسیری بندی

پیشگاه کیفیت در این تحقیق قرار گرفته است. این تفسیری بندی عبارت است از:

1. کیفیت توصیفی برنامه‌سازی (پیام ارتباط - واقعیت)
2. کیفیت استفاده فرستنده (پیام ارتباط - فرستنده)
3. کیفیت استفاده دریافتگان ارتباط (پیام ارتباط - دریافتگان)
4. کیفیت حرارتی (پیام ارتباط - صلاحیت حرارتی)

هدف از ارزش‌یابی کیفیت توصیفی، سنجش میزان انطباق محتمل درونی برنامه‌ها با واقعیت‌ها و بیرون از رسانه است. با وجود آنکه عویض در نوع خود ارزش‌یابی خبری است که اغلب برای
کیفیت مورد استفاده فرستنده به کارکرد تعیین شده برای یک رسانه در سطح یک نظام سیاسی - اجتماعی باز می‌گردد. در هر یک از نظری‌های شک گانه هنری رسانه‌ها، کارکرد که استانداردهای متقاوتی برای نظام رسانه‌ای مطلوب ارائه می‌شود. برای مثال، در نظریه هنری کمونیستی، رسانه‌ها در برنامه‌های ارتباطی خود ملزم به خدمت در راستای اهداف و منافع حزبی و پایین‌دبی به اصول مارکسیسم - لینیسم هستند. چنان‌که در نظریه مسئولیت اجتماعی نیز، وسایل ارتباطی ملزم به پایین‌دبی به استانداردهای حرفهای و متعاقب نظیر عینیت، دقت، تعادل و ماندگاری می‌باشند. بر اساس این کارکرد که متقاوت، کیفیت مورد استفاده فرستنده دارای طیف‌های مفهومی و ارزشی مختلف است که به تبع آن استانداردهای شاخص‌های متقاوتی پیروی خواهد کرد.

در کیفیت مورد استفاده دریافت‌کننده به نحوه دریافت محتوای رسانه‌ها توسط مخاطبان نیز توجه می‌شود. نوع جهت گیری و نحوه تولید دریافت‌کننگان با برنامه‌ها تحت عنوان کیفیت مورد استفاده دریافت‌کننده قرار می‌گیرد. تحلیل چگونگی دریافت پیام، تحقق در زمینه اثرات رسانه‌ها، استفاده و رضایت‌مندی مخاطبین و مطالب و بررسی‌های فرهنگی، ابعاد مختلف کیفیت استفاده دریافت‌کننده را شامل می‌شود.

عنصر مهم در کیفیت حرفهای برنامه‌سازی، درجه و میزان حرفهای بودن مشاغل برنامه‌سازی است. به عبارت دیگر، صلاحیت حرفهای عوامل تولید به نوعی چگونگی کیفیت حرفهای برنامه‌سازی را تعیین می‌کند. به طور عمومی، سنی این کیفیت به طور ذهنی و توسط عوامل برنامه‌سازی و ارزش‌های این صورت می‌پذیرد. اما متأسفانه به رغم تأکید محققان این طرح بر محوریت کیفیت حرفهای نسبت به سابقه‌هایی در رسالت، روش و استانداردهای معینی برای ارزش‌های این مقوله از کیفیت توسط آن‌ها ارائه نشده است.
دیدگاهی از انگلستان

دیدگاه دیکر در زمینه ارزشیابی کیفیت، توسط محقق انگلیسی، دکتر جان وایر (J.M.Wober) در مقاله‌ای به عنوان متأخر و بررسی شده است. او بر اساس تفکیک روش‌های ذهنی (Subjective) و عینی (Objective) از یکدیگر، شناختن و مقایسه‌های مختلفی را برای ارزشیابی مطرح کرد و معتقد است که روش‌های ذهنی از قابلیت بیشتری برای شغل‌گیری در یک ساز و کار نظام‌می‌آید ارزش‌پذیری برخوردارند.

روش‌های ذهنی ارزشیابی سنجش، تأثیرات بر نهایت و «تنوع» را شامل می‌شود. وی در خصوص سنجش تأثیرات می‌گوید: «آخر بر نهایت از مفهوم ارائه دانش‌های مطالعات و رفتار مطالعاتی، تأثیرات مثبت به جا می‌گذارد به طور قطع بر نهایت با کیفیت خوب به شمار می‌آید. اما در صورت وجود تأثیرات منفی و مضر، هنیم وضعیت به طور معکوس مصداق بینه می‌کند و قلمداد کردن بر نهایت با تأثیرات زیان‌آور به عنوان بر نهایت با کیفیت، به ادعای عیب و بیهوشی نشان می‌دهد.» در اینجا و ترتیب تأثیر، وظیفه تحقیق پیچیده و دشوار است و تنها راه عمل ساختن آن سنجش موردی و همیکیفیت (spot check) است. با این حال، مقایسه تأثیرات هم در خود بر نهایت و هم در جدولی (فرحست) به عنوان محسوب می‌شود. در اینجا، به ارزشیابی کیفیت به شمار می‌رود (وایر، ۱۷۹، ص.

وایر معتقد است با وجود آنکه «تنوع» ملاکی برای سنجش کیفیت قلمداد می‌شود، ارزش‌پذیری آن به صورت عینی می‌تواند نتایج می‌آورد و غلیظ به همراه داشته باشد. گوناگونی و کثرت عناوین همبستگی دلالت بر کیفیت بالاتر و بهتر ندارد، چه بسا تعداد محدودی از بر نهایت‌های کیفیتی بهتر از بر نهایت‌های دارای عناوین متعدد و متنوع داشته باشند. با این حال، وی ارزشیابی کیفیت را نمی‌نیم کند.

شیوه‌های ذهنی ارزشیابی از دیدگاه وایر، روش‌های ساده‌تری را برای سنجش کیفیت فراهم می‌کند. این شیوه‌ها توسط گروه‌های مختلف ارزش‌پذیر بی‌اجرا دریم آینده و بر این اساس ارزش‌پذیری و مقایسه‌های مختلفی به بهره‌گیری می‌شود. یک گروه از این ارزش‌پذیران منتقدانه هستند که به نوعی می‌کنند سلیقه گروه به نسبت منحصر به فرد بر نهایت ارزش‌پذیری، بی‌نظرات و دیدگاه‌های منتقدان و به کارگیری آنها در تولید بر نهایت ارزش‌پذیری موفق به کسب جایزه‌های معتبر می‌شود.
کیفیت برنامه‌هایی که برخودار است، شیوه‌ای در ارزش‌یابی ذهنی استفاده از پلان‌های مشورتی است. به تاسیب برنامه‌های مختلف، گروه‌هایی از مخاطبان برنامه‌ها تشکیل می‌شود و برای آنها مورد ارزش‌یابی قرار می‌گیرند. این پلان‌ها با توجه به مخاطبان عامی می‌توانند ترکیبی از نمایندگان مختلف بطری اجتماعی و یا بر اساس مکاتب خاص، ترکیبی از مخاطبان مورد نظر برنامه را شامل شوند (نیاز به پیش‌پردازی برای ارزش‌یابی برنامه‌های کودکان). به منظور اهداف تشریح کیفیت حرفه‌ای برنامه‌ها نیز تشکیل پایان افراد حرفه‌ای مرکب از متخصصان شامل برخی از مهارت‌های مختلف رسانه پیش‌بینی شده است.

جمع‌باندی
تحقیقات مختلف در زمینه ارزش‌یابی حاکی از آن است که ادیبان روش‌های ارزش‌یابی در رساله امروز مشترک بر مجموعه‌ای از روش‌های پژوهشی مختلف در هم جویده است. لذا دیدگاه‌های سنتی مبتنی بر اظهارنظرهای جمعی از کارشناسان بدون توجه به روش‌های علمی سنجه‌اند نه به تنها نمی‌تواند نتایج دقیق و قابل اعتمادی را ارائه دهد. نتایج حاصل از ارزش‌یابی زمانی دقت لازم را دارد که جامعیتی نسبی از روش‌های مختلف مورد نیاز را در پرداخته باشد. اینگونه در این زمینه معتقد است: «یک نظام ارزش‌یابی مطلوب تلوریزیونی باید علاوه بر برنامه‌ها، تمامی پیکره برنامه‌سازی را نیز در برابر و توانایی داوری در زمینه‌های مانند آگهی‌ها، هموی شبکه‌ها و کل زنجیره برنامه‌سازی را دارا باشد. طراحی چنین نظامی ممکن است پر رحمت و گران‌پایه به نوع سهل و منظم باشد. اما امروزه ارزش‌یابی کیفیت تلوریزیون در یک تکنولوژی در سوئیس نیل می‌کند که محققان بتوانند به طور جامع از آن بهره بگیرند» (همان منبع، ص ۲۰).
علی رغم دستبندی های متنوعی که برای ارزش‌بندی در دیدگاه‌های مختلف ارائه شده است، وجود
تشابهات روشنی و موضوعی می‌تواند در برنامه‌ریزی برای یک نظام ارزش‌بندی به وضوح رویه
همون‌نامه شود. روشنی‌ها پیش‌هم‌بندی شده در این دیدگاه‌ها، انگیزه‌ای نسبتاً علمی و دقیقی را به تناسب
می‌دهند. این مقاله ارزش‌بندی در رسانه‌ها ارائه کرده‌اند که توجه به آنها در طراحی نظام‌های ارزش‌بندی،
توجه می‌کنند. این نوشته‌ها از هر رفت و آمد و انفجار دقت نتایج حاصل از این ساز و کارها خواهد شد. با
وجود آنکه مفهوم کمیتی به فراخور فرهنگ حاکم بر جوامع و سیاست‌های اجتماعی هر کشور طی
معنای متنوعی دارد، تغییر در شاخص‌ها و استاندارد‌ها الزاماً به معنای تغییر اساسی در روش‌های
انجام ارزش‌بندی نیست و چه با شاخص‌های مختلفی که با روشهای مشابه قابلیت سنجش را دارا
باشند. از این رو، توجه به تحقیقات انجام شده در این زمینه می‌تواند از بروز انحرافات احتمالی و
حصول نتایج غیرکاربردی در طراحی الگوها و ساز و کارهای ارزش‌بندی پیشگیری کند.

پی نوشته‌ها

1. تعاریف ارائه شده برای بررسی پایانی و بررسی کووینی در متن کتاب، معادل عناوین ارزش‌بندی
نهاوی و ارزش‌بندی مرجع‌های در عرف ارزش‌بندی است.

2. با خشک این شاخص‌ها تحت عنوان شاخص‌های هنری ارزش‌بندی برنامه‌های تلویزیونی در
کمیته ارتباطی معاونت سیما (۱۲۷۴) تهیه و تدوین شده است. این به «شاخص‌های هنری
ارزش‌بندی برنامه‌های تلویزیونی» - رضا رشیدیان - اطلالات و برنامه‌ریزی معاونت سیما، دی
ماه ۱۳۷۵.

3. کشورهای سوئد و فنلاند

4. نظریه‌های شکستن هنرجوی رسانه‌ها عبارتند از ۱. نظریه استبدادی. ۲. نظریه مطبوعات آزاد. ۳. نظریه مستقلیت اجتماعی. ۴. نظریه مارکسیستی رسانه‌ها. ۵. نظریه توسعه‌ای. ۶. نظریه
مشارکت‌جویانه و دموکراتیک.

5. در سال ۱۲۷۶ به بهانه مقدمات برگزاری جشنواره سوم سیما، بررسی موضوع دیدگاه‌های
منتقدان برنامه‌های تلویزیونی به نگارندگان شرکت داده شد که متأسفانه به دلیل ممنوعی اسید
برگزاری جشنواره، محاصره این بررسی در قالب مصالح با منتقدان، انتخاب نقدهای تلویزیونی
پرتره طی دوره ده ساله به باگاننگ سپرده شد. تنها مقالاتی تحت عنوان «جایگاه تأویل در نقده»
که در آن به بحث نظری در زمینه نقد پرداخته شده به طور محدود در داخل سازمان منتشر شد
که به نوعی به حوزه موضوعی مورد بحث نزدیک است. رک چایگاه تأویل در نقد، رضا رشیدیان، اطلاعات و برنامه‌ریزی سیما، 1377.

منابع

1. گرین.برگ.بردنی، لاروس رابرت، آلبرز رابرت. لیشتن بری، عوامل تولید، فنی اقتصادی و عوامل مربوط به مخاطبان در ارزشیابی کیفیت سازمان‌های تلویزیونی همگانی، ترجمه مینو نیکو، مقالات ارزشیابی کیفیت در رادیو و تلویزیون، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنگش برنامه‌های صدا و سیما، 1376.

2. رزن گرین، کارلسون متس، تگرود بیل، کیفیت در برنامه‌سازی دیدگاه‌های از شمال، ترجمه مینو نیکو، مقالات ارزشیابی کیفیت در رادیو و تلویزیون، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنگش برنامه‌های صدا و سیما، 1376.

3. وینالد سون، سیگنایرز درو، اولسن جین، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، 1376.

4. وابر ج.م. سنگش کیفیت برنامه‌ها در تلویزیون، ترجمه رضا رشیدیان، فصلنامه پیام مدیران، بهار 1379.

گفتگو با دکتر علی اکبر فرهنگی
جاگاه‌نظامت و ارزیابی در مدیریت رسانه
مدیر گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

اشارة
درمانی چهره‌های شاخص و برلسته دست‌اندکر امور رسانه در ابعاد نظری و عملی در کشور، دکتر علی‌اکبر فرهنگی از ویژگی‌های خاصی برخوردار است. سال‌های طولانی تحصیل و سپس تدریس در دو حوزه مدیریت و ارتباطات، انگیزه‌ها و دیدگاه‌ها او را برای دست‌اندکر کاران حوزه مدیریت رسانه متفنمن و ارزقیه‌سازی است. به این خصوصیت می‌توان تواضع و روحیه همکاری دکتر فرهنگی را افزود که در خواست فصلنامه پژوهش و سنجش را با بزرگواری پذیرفت. در کوتاهی زمان در دفتر فصلنامه حضور یافت و فرصتی موسع و در خور بیان گفتگو اختصاص داد. آنچه در پی می‌آید حاصل این گفتگوست که نکات و رهنمودهایی ارزشمند در خصوص نظرات و ارزیابی در رسانه را در پی دارد.

• پژوهش و سنجش: ضمن تشکر از جنابعالی، به عنوان مقدمه، لطفاً در خصوص گاکه‌نظامت و ارزیابی به معنای کنترل چیفی در علم مدیریت توضیحاتی را ارائه بفرمایید.
آقای دکتر فرهنگی: بسم الله الرحمن الرحیم. علی انصور‌الله حسینی، میرضا میرزا. مدیریت، یک مرحله نظارت و کنترل می‌باشد. وجود داشته باشد و آن مرحله نظارت یا کنترل در واقع به‌خاطر از یک فرآیند یا فرآیند است که اگر انجام تغییر آن فعالیتی به درستی انجام نشده است. به این معنی که در فعالیت مدیریتی معقول‌تر شما دارای یک هدف معنی‌سازی‌کننده برای راست‌تر آن فعالیتی می‌کنید. برای نیازهایی می‌توانید، در حیاتی می‌توانید و در رضایت‌مندی می‌توانید. این راه‌کارها که عمده‌اند راهبردی یا استراتژی‌هایی نامیده می‌شوند، در حیاتی می‌توانید و در رضایت‌مندی می‌توانید. مثلاً، وقتی نمی‌توانید کردن، مثلاً اطلاع‌پذیری حاصل کردن از راهبردی یا استراتژی‌های است که آن را کار ارزش‌بخش‌تری برای خواهد داد. این درست مثلاً زمانی است که شما تصمیم دارید به منطقه‌ای گام بگذارید و ابتدا سعی می‌کنید نقشه‌ای طراحی‌کنید و با یک هدف‌گذاری از وضعیت آن پیاده و سیستم‌ها راه‌های رسیدن را در نظر بگیرید و در نتیجه‌ای با به راه‌گیرد. در این حال، ممکن است با به راه‌گیرد استفاده می‌کند که آیا این را درست می‌روی یا خیر؟ اینجا که مقدار ارزش‌بخش‌تر برای شما معنی‌پذیر می‌کند، از خود می‌پرسید آیا فعالیت‌های از فعالیت‌های درستی است؟ و آیا این فعالیت‌ها هم‌اکنون فعالیت‌های است که باید انجام گیرد یا خیر؟ در نتیجه‌ای نیز به تابنده می‌رسید که اگر بخواهیم آن را در قالب یک مدل اجرا کنیم از آن را به این صورت طراحی می‌کنیم: ابتدا اهداف را تعیین می‌کنیم و سپس به پیشینه به اهداف استراتژی‌ها یا راهبردها را مشخص می‌کنیم؛ برای راهبردها، روش‌های اجرا کار را تعیین می‌کنیم و در نتیجه، به نتایج می‌رسیم. به محض اینکه به تابنده می‌کنیم به تابنده می‌کنیم به بخش‌هایی از فناوری کنترل کنیم. از همین جا می‌آید و برای ما معنی‌پذیر می‌کنند. حالا در این ارزش‌بخش‌تر می‌توانید با این نتیجه‌بررسی که یک جای کار اشکال دارد؛ زیبا‌ی کار در اینجا است که معمولاً اصلی‌تر از اینکته‌ترین مرحله به نتایج یک مثلاً تعیین یک هدف‌گذاری ابتدا از روش‌های اجرا آغاز می‌شود. بعد از این مرحله ممکن است که به اصلاح راهبردها و یا اهداف کشیده شود. پس در واقع یک فرآیند چند کانال را تعیین می‌کرد که در کدام از مرحله‌ها یا محورهای تمایلی برای ما مجموعه‌ای از سوالات، روش‌ها و مسائل را مطرح کند.
به نظر می‌رسد در فرایند اصلاح، روش‌ها، راهبردها و اهداف هم‌سنج و هم وزن نیستند. چون مثل‌اً اهداف از پیش تعیین شده و مدوّن هستند و تغییر آنها دشوارتر است. در این خصوص به ویژه با عنايت به درخواست مجتهده مدیریت رسهنه توضیحی بفرماید.

همین طور است. تمام وزن و اعتبار مباحث مربوط به ارزشیابی و نظرات پایه‌ها به قول شما کنترل کیفیت، در همین جا است. سؤال این است که آیا ما اصلاً می‌کنیم یا که در حال اجتناب از هستیم درست انجام می‌دهیم یا نه؟ البته به این نکته هم باید توجه داشته باشیم که ما هر چه بیشتر وارد عرصه‌های فرهنگی و اجتماعی می‌شویم کار مدیریت دشوارتر می‌شود و هر چه بیشتر به سمت صنعت و توسعه می‌رویم کار مدیریت راحت‌تر می‌شود، چرا؟ چون عوامل موجود در صنعت و تولید عوامل قابل تولید قابل‌تر از هسته‌نورد در صنعت و تولید شما مجموعه عموله‌ی را ندارد که همه قابل کنترل هستند و راه‌های دستیابی به آنها نیز از نظر کنترلی خیلی راحت‌تر است. ولی وقتی وارد مقول‌های فرهنگی و اجتماعی می‌شویم بیشتر یا شبکه روابط کاملی متفاوت می‌شود و همین امر است که مقول مدیریت رسانه‌ی یا مدیریت فرهنگی را برای ما به عنوان یک مقول بازیگر مطرح می‌کند. یعنی شاید یکی از دلایلی که سال‌های سال ما در این زمینه فعالیت چندان درستی نداشته‌ایم این باشد که همین پیچیدگی‌ها را نتوانستیم به خوبی بشناسیم. در تولید خیلی راحت می‌توان تشخیص داد که تغییرات‌ها در زمینه گردآوری سرمایه، منابع و یا نیروی انسانی کجاست. اما وقتی وارد مقول‌های انسانی و مدیریت رسانه‌ای می‌شویم، با وضعیت بسیار دشواری‌ها مواجه می‌شویم. خود من گاه بعد از بیست و چند سال فعالیت در این زمینه‌ها و وقتی قرار می‌شود بحث منابع انسانی در رسانه‌ها را مورد بازنگری قرار دهم به پشت می‌پردازم. در حوزه رسانه‌ها ما به جامعه کامل و بسیار بیشتر پیچیده و گسترش بیشتر سر گرفته که به این راحتی‌ها نمی‌توانیم اطلاعات مربوط به آن را به دست آوریم. 

لازم به ذکر است، این مصرف همیشه هدف خود را بر اساس اطلاعات تعیین می‌کنند و هر اندازه
اطلاعاتمان بیشتر می‌شود. تصمیم‌گیری درست‌تری انجام می‌دهید که بیشتر مقرون به واقعیت است. اما وقتی اطلاعات کیهان‌ی را در انتخاب‌هایی دارد قاعدتا نتایجی می‌شود که به عدم اطمینان و یا به تبعیض دیگر، ریسک روحی بیاورد و

این‌جا بزه مدت مدیریت رسیده مطرح می‌شود که ما چقدر به ریسک پردازشیم و چقدر باید به سمت اطمینان برویم و این اطمینان را چگونه باید به دست بیاوریم. در نتیجه همین جاست که مقولة مدیریت رسانه را بپردازیم. به عنوان یک مقولة بسیار بی‌چیده مطرح می‌کنید که به این راحتی نمی‌توانیم در موردش پاسخگو باشیم. پس ما به نتایج وقتی هدف‌ها را تعیین کرده و در راستای هدف کلی، به اتخاذ راهبردهای و روش‌های اجرایی پرداختیم، در نهایت به نتایج مرسومی که یا به برنامه‌ریزی‌های ما نشان خواهد داد. آن دور است، دور بودن با نزدیک بودن را سیستم‌های ارزش‌بافی مشخص می‌کند و انجام که ما می‌توانیم مشخص شویم آبی خطا در روشهای اجرایی بوده است. اما در تعیین استراتژی‌ها و یا اصول در تعیین هدف‌ها خیلی از مواقف ممکن است که ما کل از تعیین‌های دیگر خطا شده باشیم، یعنی لازم است بفرماییم بنده‌ها نمی‌تواند در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران اهدافی را برای یک سال آینده یا پنج سال آینده خودتان تعیین کنید که بر اساس سیستم اطلاعاتی با میدانی شما و با فرمانی در جامعه و در دسترس شماش، آنگاه به این نتیجه می‌رسید که برای دسترسی به اهدافی باید از مسیرهای نهایی که مربوط به مراکز پژوهشی در ارتقاء باشیم و با ترخیص را طراحی کنیم و... اما در اجرای عمل، می‌بینید پیشینه‌ای که در مورد مؤسسات آموزشی، دانشگاه‌ها یا مؤسسات پژوهشی کرده‌اید، پیشینه‌ی دسترسی نشوده؛ سوء اطلاعات با کمک بود آن موجب شده است حساسی که مثلاً برای دانشگاه‌ها که در کرده‌اید با واقعیتی که بر آن حاکم است کاملاً متفاوت باشد. در نتیجه، همین دستورالعمل یک با آن مواجه می‌شوید موجب می‌شود به هدف مورد نظر خود دسترسی پیدا نکنید. حال اولین سوال که در اینجا بروی یک دهن منطقی باقی می‌ماند این است که آیا اشتباه من در تعیین اهداف برای یک جامعه گسترده ۷۰ میلیونی مثل ایران بوده است یا در روشهای برای این کار انتخاب کرده‌ایم، می‌پیش خودمان نکر می‌کنیم که مثل دانشگاه‌های ما، آنهاپی که سال‌ها در زمینه ارباب‌گرور کار کرده‌اند. مثل آرا سال ۱۳۴۹ ما در پشتکه‌ای به نام علوم ارباب‌گرور داشته‌ایم. می‌تواند به ما کمک کند، ما این حساب را برای این
دانشگاه‌ها باز می‌کنیم، اما در اجرای واکنش‌ها و عمل می‌بینیم آن دانشگاه‌ها یا دانشگاه‌های بارا را به لنده می‌کنیم که که کاری را انجام می‌دهد حجم آن خیلی بیشتر از ظرفیت است و در نتیجه دیگر ظرفیت برای ما ندارد و ما فقط با بدین منابع جدیدتری به مکان، حالا با یادی به دانشگاه‌های دیگری مراجعه کنیم که اصلی‌اند در ذهن دنشانه‌های و یا کلی به سمت استفاده از منابع خارج از کشور برویم. اینجاست که به تدریج می‌بینیم روش‌ها و نگرش‌های خود را بهبود کنیم و از طرفی هم ممکن است اصلی‌های این نتیجه بررسی که اهداف را که تطبیق کردمای، خیلی بیشتر بروزه است. یکی از دیگر مهارت‌های که کشته‌ها در حال توسعه به تبادل فرهنگی - اجتماعی عمدتاً با آن روبه‌روی می‌شوند همین است که اهداف بسیار بروزه‌ای را تطبیق کننند که با واقعیت‌ها مطابقت ندارد. علت هم خیلی از مواقع این است که اینها ابتدا از ایستادگی را از کشورهای بیشتری گرفته‌اند و بعد آنها را ملاک قرار داده‌اند و تصویر کرده‌اند که می‌توانند به آنها دسترسی بپیدا کنند، اما این نکته را به هیچ وجه محاسبه نکرده‌اند که این جامعه‌ای که به این اهداف توجه داشته و به آنها رسیده است با جامعه‌ای که اینها در آن زندگی می‌کنند این خیلی تفاوت می‌کند در نتیجه چنین اهدافی برای این جامعه، اهداف درستی نیستند. اما باعث موارد این تفاوت یافتنی‌هایی می‌گردد مثلاً و نیز یک بار برای یک ۲۰۰ کیلوگرم را لنده کنید، ابتدا یکه مهارت‌ها بازمی‌آیند لازم را فراموش نباود: عضلات او باید شکل گرفته باشد، ستون فقرات او باید از استحکام خاصی برخوردار باشند، پاهایش باید نوامندی داشته باشد و در مجموع هما اینها باید دست به دست یکدیگر به‌دهندا یا بتوانند چنین کاری را انجام دهند. فرض کنید همه روش‌هایی را که هریابانش به او بپیدا، تعمیر می‌کنیم اما می‌بینیم تنواند وزنه ۲۰۰ کیلوگرم را لنده کنند، و بعد از چند ماه تمرینی که انجام می‌دهد در نهایت به این نتیجه می‌رسد که هنوز برای این کار زود است و بهتر است هدف خود از شرکت در مسابقات را قدری پایین‌تر بپردازد. اما باود هدف را لنده کنید وزنه ۱۸۰ کیلوگرم قرار دهیدتا تنواند از عهده این کار بی‌آید. بپس در حالی از موارد، می‌بینیم که می‌یاد در طراحی ایستاده‌های استراتژیک سازمانی خود و یا در تطبیق اهداف‌های شما مشکل‌هایی، و این دسترسی درستی داشته‌ایم اما روش‌های غلطی را انتخاب کرده‌ایم که در اینجا باید اصلاحاتی را پر رؤی آنها انجام دهیم. نظریه و ارزیابی با عنوان نظام کنترل کیفیت و ارزیابی فعالیت‌های رسانه‌ای و برنامه‌ها، چه

جایگاهی در مدرسه رسانه دارد؟

وایه نظام کنترل کیفیت و ارزیابی است که در سال‌های اخیر خیلی خوب برای ما مطرح شده است، به ویژه بعد از فعالیت‌ها و که پروفسور دیمانگ در دانشگاه می‌کند وزه مفهوم بیانگر این نکته
است که ما همیشه به عنوان یک مدیر، وقتی فعالیتی را انجام می‌دهیم، می‌خواهیم ببینیم که آیا آن را به نحو لحصن انجام داده‌ایم یا نه. بنابراین است که همیشه برای اقدام به یک کار، می‌توانیم یک روش بهترین داشته باشیم.

این با توجه به درمان فردی تیم انجام پذیری علم مدیریت جدید.

این به مطرح شد که همیشه یک راه بهترین برای رسیدن از نقطه‌ای به نقطه‌ای وجود دارد و سپس نظریه‌های بعدی این نظریه را بسط داده و گفتند که بهترین روش نمی‌تواند همیشه یکی باشد. ما می‌توانیم روش‌های متعددی داشته باشیم و از راه‌های مختلف به یک هدف دسترسی پیدا کنیم. ولی در نهایت در مدیریت به عوامل دبیری همسایه بازی توجه داشت یعنی وقتی شما بر اساس منابعی که در اختیار دارید می‌خواهید به یک هدف رسیدید، به حکم منطق سعی می‌کنید که با صرف کمترین منابع به بهترین هدف دسترسی پیدا کنید. حال می‌توانیم همین موضوع را در عریض رقابت با آنچه یک در نظر گرفتیم، اگر سرمایه‌داری در صف آرایی مقبول داشتن با ۱۰۰ نفر درصد منطقی‌اند را دقت کنید و سرمایه‌گذاری با تلفات بسیار کمتری ممکن است. بنابراین در مدیریت، یک طرف قضیه‌ای است که با کمترین منابع به بهترین روش میانفک یک تن بگیرد. خوب، اینجا مفهوم کنترل کیفیت برای ما مطرح خواهد شد که جگه‌نامه می‌توانیم به بهترین منافع دسترسی بدایا کنیم. خوب، اینجا مفهوم کنترل کیفیت برای ما مطرح خواهد شد که چگونه می‌توانیم به بهترین منافع دسترسی بدایا کنیم و در عین حال، کمترین منابع را از دست بدهیم. اینجا که مدیریت با یک مسئله بسیار اساسی مواجه می‌شود: اینکه ممکن است من به اهدافی دسترسی بدایا کنیم اما به چه قیمت؟ این که پایان کار می‌پذیرم چقدر است؟ در راستای همین بحث، فرصت کنترل را می‌خواهد در یک زمینه‌ای خاص فرآیند متقاعدسازی را به کار بگیرد، این فرآیند متقاعدسازی با یک سری منابع اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بهره‌برداری، حالا اگر این کار لعل‌آور شدیدی از نظر اجتماعی - فرهنگی وارد کن و لی در نهایت به هدف خودش بررسید، یعنی در ارزوی‌نگاری، به این ترتیب بررسی که این فرآیند در ابعاد فرهنگی و سیاسی ایجاد کرده به مراتب وسیع‌تر از اهدافی بوده است که به آنها دسترسی پیدا کرده‌ایم. عقل سليم به ما حکم می‌کند که وارد این ماجرا نشوم و راه دیگری را پیدا کنیم. اینجا است که مفهوم کنترل به کرمان مطرح می‌شود.

مفهوم کنترل کیفیت که امرور در به‌مانند مربوط به ها یا روش‌هایی مثل کاین مطرح می‌شود. به این معناست که فرآیند انجام یک فعالیت را از ابتدا تا انتهای؛ از تعیین اهداف تا رسیدن به
آنها در نظر گرفتیم و معین گنگی که این فرایند شامل چه مراحلی است، سپس راههایی را بیابیم که در هر یک از این مراحل چکیده یا مثالی را صرف کنیم و بیشترین منافع را به دست آوریم. اگر ما بتوانیم این کار را به درستی انجام دهیم، به کنترل کیفیت جامعه استاتیسیک بهتری بدست آوریم. این یک روش سیستماتیک و یک مفهوم Holistic TQM را کل کنیم است. این بحث در حال حاضر در مباحث فنی و تولیدی کامل کار افتاده است و حلقه‌های کریفت Quality Circle ها و کایزن و روش‌هایی از استاددارد ایزو 2005 را برای ما مطرح شده‌اند.

استاددارد ایزو در واقع بیانگر این است که آیا ما این مراحل را درست طی می‌کنیم و آیا این درست همان کاری است که باید انجام دهیم و گذشته از آن نمی‌شود یا اینکه روش بیشتری هم وجود دارد، هر چجا روش بیشتری وجود داشته باشند ما باید به دنبال آن برویم.

به نظر می‌رسد که در مدیریت فرهنگی و به ویژه در مباحث رساتهای بشری است به جای بیشترین منافع از بیشترین منافع صحتی کمیم، به این دلیل که در اینجا وقتی می‌خواهیم فعالیت‌های رساتهای خود را ب دقیق یا مناسبی مثل فرهنگ و سنت‌ها نه تنها می‌خواهیم منافع ملی و رقابتی رسانه‌ای را حفظ کنیم، بلکه نیازمندی ملی و رقابتی از رساتهای مذهبی است. به همیشه باقی می‌ماند نیازمندی از نظر دقیقت بنگیم که با کنترل منافع این مهم‌ترین دست آوردیام. اگر ما تمام این مؤلفه‌های داخلی مانند حفظ آداب و سنن و ارزش‌ها و مسائل تاریخی و منافع ملی خودمان را رعایت کنیم، اما این توجه نکنیم که امروزه در چه رقابتیهای بشری در سر می‌بریم، نخواهیم توانست به نتایج مطلوب برسیم. لطفاً در این زمینه توصیه ثبتی بیشتری ارائه بفرمایید.

شاید بیچیدگی‌ها و ظرفتی‌های که ما در مدیریت رساتهای بشری داریم، در مدیریت صنعتی و بازارکایی کمتر وجود داشته باشد. البته این به آن معنا نیست که در مدیریت صنعتی و بازارکایی هیچ امر دشواری وجود ندارد. هر چکا که به این نظریه می‌شود، این فعالیت‌ها خواه داشته باشد. شما و رئیس‌کننده یک رشته از معضلات می‌کنید، این امر طبیعی است. مثلاً همانطور که اشاره کردید، بیچیدگی‌ها و ظرفتی‌های سازمان‌های فرهنگی و به ویژه سازمان‌هایی با مقابله رقابتی و ویژگی‌هایی که شما مطرح کریست در سطح جهانی خودت بیشتری است به تصویب گذاشته‌ای به اینکه این تولیدی که بر روی اصولی می‌شود که به سیستم‌های سازمانی و سازمان‌ها انرژی می‌کند که مشخص می‌کنیم است که چگونه می‌کنیم چگونه که سازمان‌ها انرژی می‌کنیم. پس ما در اینجا با یک مقولة بیچیده‌تری رو به رو هستیم، مقولة بیچیده‌تری که خالی از اصرار ندارم در مورد آن واقعیت باشد به کار برم هم چند که سازمان‌های بزرگی مثل صدا و
مادی است یا معنی‌ای؛ در عین حال با استفاده از گله نتایج به جای منافع مختلف نیستیم.

مؤلفه‌های مختلف را در جریان کنترل نظام کمی‌کننده باید به کار گیریم، جنگ کاهی از اوقات، ابعاد مختلف و وجود مؤلفه‌های گوناگونی که با کدکی جامع توزیع نهاده‌ایم دچار مشکل می‌کند و تأثیر یکی از مؤلفه‌ها روی آن تحت تأثیر خودش قرار می‌گیرد. اگر امکان دارد در تکمیل بحث مربوط به این قضیه توضیح بیشتری بدهد.

باز اینجا مستلزم یک مقدمة نسبتاً مفصل تر است که با پیش‌بینی به آن پردازیم و آن این است که اساساً یک فعالیت مدیریتی که من توانسته‌ام. در قلب هر فعالیت مدیریتی، اهداف آن قرار دارد که تعیین آنها نیز خود جای بحث و گفتگو خواهد داشت. بنیای اینکه خلی از این‌ها نو توان این اهداف را معین کرده اینکه یک فعالیت کاملاً علمی را در آن زمینه تعقیب کرده باشیم، به هر حال از است که ابتدا دور نباشد و چشم‌اندازی برای ما وجود داشته باشد که آن را بازیابی م칠ه به مرحله خود کرده و به غلاف عملیاتی تبدیل کنیم و بعد در سازمان به اجرای آری و وری اشکالی که کشته‌ها تقریباً توسعه‌یافته با آن مواجه می‌شوند همین است، حرفاً خوب و شعور‌های زیبای بسیار زیادی وجود دارد. ابجات تصاویر در جهان، ابجات عدلی اجتماعی، همه اینها حرفاً زیبایی استند، اما همیشه در کلاس‌های درست این نکته را به دوستان دانشجو عرض می‌کنم. فرق ما مدیرها با فلسفه‌ای در یک چیز ساده است، فلسفه همیشه با آرمان‌های خلیع خلیع زیبای سر و کار دارند و ما مدیرها با اثبات‌های ملموس زیبایی هر دو هم درست می‌گویم، الیه جامعه ای ادال آمیز است که افرادی هم آن را سیبید و می‌فاضله خودش را بر اساس آن طراحی می‌کنند، بنمای جامعه‌ای که در آن یا میرایان فلسوف باشند و یا فلسفه مدیر، فلسفه همیشه آرمان‌های خوب و زیبا دارند. در سال‌های اخیر، روی این مقوله زیاد اندیشیده‌ام که می‌پیچت بر می‌توانم آرمان‌های زیبا را عملیاتی کنم، شاید نه مدیریتی و جامعیتی که می‌خورم پسی و پسی کردیم. این دیدگاه را به من افزایش آنها در زمینه که همیشه خوب و غیربروری نمی‌دانم، همه چیز امکان‌پذیر است به شرط اینکه ما روشن حکم را به کرده و یا مشورت کرده که فعالیت به عنوان نمی‌تواند به دور از منفعت باشد، حالا این منفعت با این قضیه توضیح بیشتری بدهد.
مسطحه را بدانید. این آرمان‌های زیبا، مثالاً می‌تواند در نوعی شعر، عدلت اجتماعی، حمایت از مستضعفان، همه اینها می‌تواند عملیاتی شود و این برای کدامیک که است. در مراحل را بررسی و طراحی کنیم، پس اگر در قلب یک مدل صحبت کنیم، یک چیف وارونه داریم که بالالای آن قرار دارد. آرمان خلیفه برزگ یعنی تا حقایق مستضعفان را، بعد مانندیم که حمایت از مستضعفان یعنی چه؟ ممکن است بگوییم یعنی اینکه اینها اندزه پرترا بستری به دست آورند، بهداشت بیشتری داشته باشند، از آموزش و مسکن بهتری برخوردار باشند، اما در اینجا با چند نوع فعالیت رو به رو هستیم که همه آنها را یک باره نمی‌توانیم انجام دهیم، پس حالا می‌گوییم، اگر واقعاً به خواهیم در راه حمایت از مستضعفان حرکت کنیم، کدام یک از موارد ذکر شده را می‌توانیم انجام دهیم؟ بر اساس تجربیه‌ها، تخصصی‌ها، توانمندی‌ها و نماینده می‌گوییم اگر یک مسکن از اینها قیمت و خوب برای مستضعفان تأمین کنیم، یک قدم به سمت شگرف‌تر بزرگ نمی‌توانیم از مسکن ارزان قیمت و خوب برای مستضعفان تأمین کنیم. یک قدم به سمت شگرف‌تر بزرگ نمی‌توانیم از مسکن ارزان قیمت و خوب برای مستضعفان تأمین کنیم. یک قدم به سمت شگرف‌تر بزرگ نمی‌توانیم از مسکن ارزان قیمت و خوب برای مستضعفان تأمین کنیم. یک قدم به سمت شگرف‌تر بزرگ نمی‌توانیم از مسکن ارزان قیمت و خوب برای مستضعفان تأمین کنیم.

به راهی می‌توان به مسکن ارزان قیمت رسید؟ واژه استراتژیک که ما در مدیریت به کار می‌بریم و معنی فارسی آن راهبرد است، چگونگی رسیدن به اهداف را به ما می‌گوییم. به ما می‌گویم که منبع مالی، دکتر باشد، منبع مالی و کار ساختنی آن کجا باید باشد و ... وقتی اینها را بی‌پردازی در نهایت به یک برنامه عملیاتی می‌رسیم و بعد از یک کنگاه طولانی مدت به این نتیجه می‌رسیم که یک حساب پسند مسکن برای مستضعفان در بانک مسکن باید کنیم و بگویم هر یک ماهی ۲ هزار تومان پول واریز کنیم و سالانه این کار ادامه پیدا کند و از حسابش برداشت نکنیم تا بعد ماه...

باید اور این را وام که بهره‌مند و بعد در نقطه خاصی از شهر که زنین ارزان است، مصالح هم پشت ساختم است، مسکن ۲۰ متری تا ۷۰ متری بسازیم و بالا برکه او را صاحب مسکن کنیم. در اینجا، به یک آرمان جامان غول پوشانیم. من به محض اینکه اهداف را تعیین کردیم، می‌خواهم بدانم آنها بررسی، حالا صدا و سیما آمده و یک سری اهداف را برای خود مسکن کردیم است. می‌خواهم به آنها اطلاع رسانی، تأثیرگذاری، هدایت و سرگرم بکنید. همه این کارا را هم می‌باشم، ار انگام دهد. پس کسانی باید باشند که بتوانند این کار را انجام دهند، این افراد همان منابع انسانی مستند هر چقدر این منابع انسانی توانایی داشته باشند، اگر آنها را به کار برداریم دادن، اگر یک مسکن که بتوان به اهداف خود دسترسی بپیدا کنیم، صدای محصولات را اگر به خواهیم ضبط کنیم، باید یک نسخه معیار کنیم که بهتر می‌توانیم به اهداف و امکانات هم باشیم، بالاخره ما اگر به خواهیم ضبط کنیم، باید یک نسخه مناسب کنیم که بهتر می‌توانیم به اهداف و امکانات هم باشیم، بالاخره ما اگر به خواهیم ضبط کنیم، باید یک نسخه مناسب کنیم که بهتر می‌توانیم به اهداف و امکانات هم باشیم، بالاخره ما اگر به خواهیم ضبط کنیم، باید یک نسخه مناسب کنیم که بهتر می‌توانیم به اهداف و امکانات هم باشیم.
می‌خواهیم ساختمان، ماسین آلت، آب و ... می‌خواهیم تا بتوانیم به اهدافمان برسیم. برای اینکه به اهدافمان برسیم باید یک سیستم و ساختار هم باشیم. فرصت کنید در سازمان صدا و سیما آدم‌ها را جمع کنید. ساختمان را صادیه کنید. ماسین آلت، آب و ابزار و امکانات را هم باشید. اما کسی باید دستور بدهد که باید دستور را اجرا کند. چه کسانی باید فعالیت فرهنگی بکنند؟ چه کسانی فعالیت به‌شتاب‌بینی بکنند و چه معاون‌هایی باید به فعالیت هدایت نمایند؟ در اینجا باید رویاب و ساختارهای ما مشخص کنیم. اگر اینطور نباشید ما مشکل خواهیم داشت. بنده به اشاره خدمتنام عرض می‌کنم در مطالعاتی که روزی سازمان‌های رسانه‌ای انجام داده‌اند، در کشور خودمان، عدم مشکلات را مربوط به همین قسمت تشخیص داده‌اند. ما ابزار و امکانات داراییم که در شبکه‌های جهانی بزرگی مثل NBC و CBS یا در برنامه‌های تلویزیونی خدمتنام، می‌توانند با دو ناظر کار یک بخش نمایش کند. ما این اینکه آنها آشنا هستیم برای هر ابزار، یک رادیو در ۲ یا تا اتنکار ما کمک می‌کنند. دستگاه خاصی با یک آنتن یک ابزار را زیر پوشش خودش می‌گیرد و کار انجام آن هم بسیار بالاست. اگر وقت می‌آیند این همه ماسین، ماسین‌ها و نفر، داریم. پس اشکال‌ای این‌جاست که ما در ساختار و رویاب مشکل داریم، متفاوت می‌گیریم هم در اینجا مطرح است که فرهنگ سازمانی نامیده می‌شود: صدا و سیما یا چهلمی اسلامی ایران دارای یک فرهنگ سازمانی است. از سال ۱۳۱۹ که رادیو ایران تأسیس شد، فرهنگی است که شروع به شکل گرفتن کرد که هدایت با قوی است با ضعیف. ولی به وجود واقعیت متن‌های انجام می‌کنند که اگر خواستند کفیفیت را بالا ببرند در فرهنگ سازمانی هم اصلاحات لازم را ایجاد کنند. اگر امکان دارد، فرهنگ سازمانی، به خصوص برای سازمان رسانه‌ای بشریت تشیع فرمند.

فرهنگ مجموعه رفتارهای آموزشی در یک سازمان یا جامعه است که به صورت بدوری، اعتقادات، آداب، رسوم و سنت‌های از لحی اجرا می‌آید و هر یک کسی که وارد آن سازمان شود یا ناجار به تبعید آن خواهد شد. مثال فرهنگ در سازمان رادیو فرهنگی پویایی بوده است. فرهنگ کار و کوشش و تلاش بوده است، هسته‌ای اویی و باید خالی شکل گرفته، اما آدم‌های مبناز بودند که کار، کوشش و تلاش می‌کردند. بعد گذشته‌ها هم چون برخوردار به این سیستم بی‌پروینه این فرهنگ روز آنها تأثیر زیاد داشته و همان جنب و جوش و حرکت و کار و کوشش و تلاش آنها را ساخته است. تصویر جوان‌ها از کار در رادیو همین است. آنجا این فرهنگ، فرهنگ قدر در جهت تولید است. حالا تولید فرق نمی‌کند، تولید فرهنگی یا تولید اقتصادی. اما عکس این هما می‌تواند باشد، یعنی فرهنگ سازمانی می‌تواند فرهنگی دوربری، چالوسی، پشت هم‌اندازی، برای یکدیگر زدن
و غیره باشد. اینها کار تولید در پردازانه‌ای می‌کنند. هر مدیری که وارد این سازمان می‌شود با یک چنین پدیده‌ای خواهد سازمانی می‌کند. حالا یا با خوشبی‌سربار و کارپیدا می‌کند یا با بتدش. فرهنگ سازمانی هم به صورت یک طرف دیده می‌شود یک سر و طرف فرهنگ سپاس، و نارسا و در واقع خلاف تولید است و یک طرف دیگر آن فرهنگی کامل‌است، مستقیم و در جهت تولید است. مدیر باید بینند فرهنگی که است یا سازمانی در وجود دارد کجای این طیف قرار می‌گیرد. البته همانطور که در نمودار مشخص است رابطه دو سویی است. یعنی می‌توان روند اهداف و متقاتلو اهداف هست روند ممنوع یا یک طرف یک طرف دیگر این مرز نظر خواهد داشت. مقوله کنترل می‌گوید که با کمترین استفاده از منابع، باید حداکثر نتایج و منافع را به دست آورد. در صدا و سیما بعد نیاز به فرآیندی حرکت و در عین حال اقتصادی می‌خواهیم. به خیر این برناهای ما هزینه بداریم. هر چقدر از بودجه تان بهتر استفاده کنید. گسترش فعالیت و امکانات کیفیت بیشتر خواهد بود. بنابراین باید بینند تکنیک اینها را چگونه باید مدیریت کنید تا حداکثر بهره‌وری برازیتان حاصل شود. مهم این است که بینند آیا از منابع انسانی و تخصص‌ها و توانمندی‌های آنها به درستی استفاده می‌شود، یا در فرد نصف فرآیندی بیشتر نکنید. نمی‌شود و نصف فرآیندی بیشتر را باید با یک دیگر تکمیل کنید. در حال حاضر یکی از متغیرانی که ما در سازمان‌هایمان با آن مواجه هستیم همین است. واقعیت این است که کارکنان ما توان بالقوه بالایی را دارند اما سازمان‌ها نمی‌توانند از این توان کاملاً استفاده کنند. در نتیجه فرد باید در بیرون کار کند. من حتی می‌خواهم فراتر بروم. برخلاف بعضاً ها معتقد مستند که در آمده‌ها کم است و مردم ناجارند دو کار با چند کار انجام به‌دهند، از دیده‌ام آدم‌هایی را که در آمده‌ها نسبتاً خوبی دارند ولی می‌توانند به نوع کار انجام دهند. روشن است که آنها در درون سازمان ارضای حرفه‌ای نمی‌شوند. یعنی با اینکه پول خوبی هم به آنها داده‌اند، اراضی شغلی نشده‌اند و ناچار باید به انتشارات و یا جای دیگر و... بروند تا لعل فرهنگی خودشان را فرو نشاند. مخصوصاً این نکته را عرض می‌کنیم که سازمان‌های رسانه‌ای در این زمینه مستقل‌شان جدیتر است. شما وقتی یک عنصر فرهنگی را بررسی می‌کنید و وجود فعالیتها یا خودبایی Self-actualization می‌بینید درمی‌باید نیازی از آن به خودشکفایی یا خودبایی پیدا یک کارگر ساده خیلی فرق می‌کند که نیازهای راهبردی، نیازهای اولیه است، آدم‌های فرهنگی، بیشتر به سمت آن نیازهای ثانویه کشیده می‌شوند، پس می‌بینید که البته آنها به انجام کار فرهنگی بیشتر است. سازمان اگر نتواند به اندازه کافی به او کار بدهد، او ناچار می‌شود به بیرون برود. فرض
بفرمانیه بهترین تحریریهای که سردربر آن را رهبری می‌کنند، مثل آن، ده‌نویسندگی دارد. این ادیت نویسنده به‌شکل‌های متفاوتی این افراد به‌صورت آن کار باشد. خواهران خواه‌ها به سمت یک نشریه دیگر می‌روند. پس چه بطرح که همان‌طور که داشتند و از ای به آن می‌آید. می‌توانید در همه نکته‌ها است. چرا که تصویری که بافته می‌کرد و آن ایده‌ها را به منظور نظریه پرسید. شما اگر اینجا با او کار نکنید، او را نمی‌توانید یک نشریه رقیب بسازید. در منتشریه می‌بینیم که شما به‌دید بر روی نکته اینها برنامه‌ریزی و کنترلی مقطعی داشته باشید و از خود پرشیاد که آیا ما از نظر انسانی خود به اندازه کافی استفاده می‌کنیم؟ آیا از این ابزار و امکانات به‌درستی استفاده می‌کنیم؟ آیا روابط و ساختارهای ما، روابط و ساختارهای عقلانی یا نسست‌ها در همین جامعه که مقرن شایسته سالانه که بحث زیادی در مورد شدید، مطرح می‌شود.

یکی برداشت اساسی از فرمایش‌های شما این است که برای این جهاتی که به عنوان مؤلفه‌های موفقیت در رسانه عرض شد به خود با این برنامه ریزی تأمین می‌شود. علت مشأای اگر نیروی انسانی ما توپنت احساس رضایت شغلی بکن ما در رقابت موفقیت می‌شود. اما در عین حال اگر بخواهیم کمی جزئیی از معلومه‌ها را به بیان‌ها آیا به‌این‌ها را در هفته بیشتری یا در استراتژی‌های در سازمان‌هایی با در همین اینها؟ در همه مواردی که شما پیشرفت‌دار باید بیان داشته باشید. فرجایش می‌روند. این برنامه‌ها به‌استراحتی و اجرایی اساسی. از اجرای تبادلی حاصل می‌شود. بعد به ارزش‌سنجی نتیجه‌گیری می‌پردازید و دوباره فرایند بازگشت و اصلاح انجام می‌دهید. علیه در واقع این فرایند یا یا آنرا که به کار می‌ریزیم به همین خاطر است که ایجاده‌داده، توانا و وجود ندارد، ناحیه شما به اهداف که رسیدید. اهداف بلند‌تر را خواهید داشت و بیان دوباره و اهداف شما نتیجه‌یابی یا اندیشید. بنابراین در اینجا کنترل شما، یک کنترل مداوم خواه بود. به کنترل مطمین‌تر.

امروزه در واقع یک فعالیت به‌بخش‌های مختلفی تنظیم می‌شود که برای بهبود سازی، مجموع این بخش را. یا آن‌ها کل سیستم تامینه می‌شود. بهبود کمیک. به نظر می‌رسد که در رسانه و امور فرهنگی در مورد این کار تری‌ده‌ها وجود داشته باشد، سؤال می‌نماید. به‌طور مشخص این است که آیا بهبود سازی مراحل کار در یک فعالیت فرهنگی، لزوماً به بهبود سازی کل فعالیت منجر جوایش شده؟
در هر مجموعه ناگارا به هر حال یک سری اجزای ضعیف وجود داشته باشد که وا دچار ضعف
کرده باشد و گرنه مجموعه که خوب به خود دیگر ضعف
نمی شود. برای مثال بدن سالم در شرایط عادی دارای
استحکام و اقتنام است. خوب حالا یا آگاهی یا آناطیمیست
بیاید و روي این بدن فعالیت کند و عکسبرداری و اسکن
و... انجام دهد می بیند. این استحکام عضلانی به عنوان
است که گذشته کلیه خوب خو یا کر کردن و خوی یاتای
خیلی خوب انجام می گیرد، تغذیه خوب است و هورمونها
خوب تزریق می شود. ولی وقتی در گستره زمان حکری می کنند کمک نقص از یک جامعه پیدا
می شود، همیشه یک باشنه آشیش می گردد، یک چشم استفندیار هست، هر مشکل از جانب آغاز می شود.
در هر سیستم، نقطه احتمالی ضعف را باید به‌شناسایی، مثل از سیستم ارگانیکی من و شما مسئله
tغذیه و فعالیت خودش یک مستند سیاسی است که یک فرد می تواند به آن توجه می کند و بعضی
توجه نمی کند. آنها که توجه می کنند هم به تغذیه دقیق می پردازند و هم به بعد فعالیت توجه
می کنند. هفتای سه روز و روزش می کنند. کوه‌نوردی می کنند، خواشجان به موقع است و مواد زانکتی
مثل مواد مسکن و مخدر و امثال اینها را وارد بدن نمی کنند به همین دلیل هم بدن آنها آسیب نمی بیند
و احتمال اینکه عمر طولانی باشد نیز می شود. اما یک نفر دیگر که اصلاً به این موارد توجهی
نمی کند هرچه دسته رسید رضایت می خورد، خواشجان درست نیست و ورزش نمی کند، به ۲۰ سال که
می رسد، دشواری ها یا شروع می شود. یعنی نقطه آسیبی معلوم است. شما و خواه این را کار بر دید
و خوب هم به کار برده به هم می خواهی صحتی را درباره همان ادامه بدهیم. شما می رقومی کنی
در سیستم‌های فرهنگی به این راحتی نیست، من هم قبول دارم. خود من از اشاره کردم که
سیستم‌ها چقد بالاتر می آیند پیچیده می شوند اما به این معا نیست که خارج از قاعده خواهد
شد. قاعدتاً سر جای خوشی خو نمی یابد. منتشر شناخت کرده و راحت نیست که مادر رضایت کند. بینبینی، من الان اکثر
می دریب یک کاربینان را به عده بگیرم. خلی برای راحتی است چرا هوا و خروجی های آن
را راحت می مائون م_MAست کم، اما در جوی مثل اسیدوسم را، پیچیده می به واقعیت بیشترا است،
صدرا برای اینه ها ورودی اش خذ راحت است. نه خروجی ها اش بسیار دشوار است. البته با هم احوال ممکن
است که یک سیستم یا یک سیستم یا کسی بیاید و این کار را خیلی خوب انجام بدهند، همانطور که در بحث
نظام‌های فرهنگی هم ممکن است عده‌ای بیایند و خیال خوب بیش‌پیشی کنند. در جریان می‌خوانند که در جنگ خلیج فارس، همین آقای کولین پاول که در حال حاضر وزیر خارجه آمریکا است، همیشه داشتند که ۲۰۰۰ سناریوی محتمل را نوشته بودند، که مثلاً اگر ما این کار را بکنیم و عراق این کار را بکنیم، این اتفاق باید بیفتد و به همین ترتیب، ۲۰۰۰ سناریوی محتمل را محاسبه کرده بودند، البته ممکن است من و شما بگویم راه دو هزار و پانصد و یکی هم می‌تواند وجود داشته باشد، اگر درست است، ولی ما حساب احتمالات هم داریم، قدرت پس ممکن است که یک فرهنگ‌ساخت هم می‌تواند خیال خوب و بکیفیت کار بکند، در واقع دقتاً توجه داشته باشید که این بکیفیت را یک موضوع محض مصاحبه ما است دو مرتبه دارم نکران می‌کنم. در سیاست هم شما می‌توانید بکیفیت را به یک باگرید، سیاست‌مداری که به فعالیت‌های رقیبی، فعالیت‌های جامعه، شرایط و همه اینها اشرف کامل دارد، به نهایی تصمیم‌گیری می‌کرده‌ایم با عقلانیت محدود Bounded rationality است. هربرت سایمون، سال‌ها بخش مفهومی به نام عقلانیت محدود بکرد که در بعضی از زمینه‌ها محدود است، حالا هرچقدر این عقلانیت محدود باشد، که بیشتر از زمینه‌ها محدود است، حقاً هرچقدر این عقلانیت محدود باشد، باعث می‌شود که در نهایت تصمیم‌گیری که به جایی برسانید که به واقعیت نزدیکتر شود، پس در سیاست هم ما می‌توانیم به چنین تصمیم‌گیری که به واقعیت نزدیکتر باشیم.

سؤال دیگری که در اینجا مطرح است اینکه میانه و هرکارهای نظرات و اریترایاب در محیط‌ها و شرایط مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی تغییر می‌کند؛ یا برای همه جوامع و کشورها در سطح جهان یکسان است؟ به ویژه برای رسانه‌های که به شدت از شرایط محتوایی و فرهنگ و سلاله‌های مختلف متأثر است.

مدیریت رسانه، اصل‌آی پیچیدگی عظیم برخوردی است چنانچه وقتی عوامل اثرگذار آن را بررسی می‌کنیم، عوامل محتوایی را از جمله عواملی که به صورت بسیار گسترده‌ای بر روی مقولة مدیریت رسانه تأثیر می‌گذارند، در حالی که یک مدیر صمغی خیلی راحت فقط بر اساس محیط مادی، جغرافیایی و امکان اینجا کارش را مدیریت و برنامه‌ریزی می‌کند. ما در واقع و در کلیه علیه قضیه، تأثیر چند بافت‌های نیستیم. حالا بعد از امکار خواهش کرده که ما وقتی روی فعالیت‌های مدیریتی قرار می‌گیریم با دو دسته از مفاهیم سر و کار پیدا می‌کنیم، یک دسته
مفهوم‌های بازار و کارهای متقن علمی هست که در همه جای دنیا یکی است و همگی فرقی نمی‌كند. همین مدل را که بند به طریقی کردم به همه جای دنیا هنوز است. در روسیه، آمریکا، زاین و ایران، همه جای هنوز است. اما تأثیر پذیری آدم را اینجا با هم متقاوت است. برخورد یک آدم ایرانی با خلق و خو و وزن‌ها و فرهنگ‌ها که دارد، با برخورد یک آدم امریکایی، تفاوت دارد. اینجا تفاوت انجام می‌شود. این تفاوت از کجا است؟ این تفاوت از مبانی فرهنگی است. اینجا است. اینجا است. اینجا است. اینجا است.

فرهنگی است. از مبانی ارزشی است. اینجا است که ما از یکدیگر متفاوت می‌شویم. پس حالاً من سوال شما را این طور جواب خواهم داد که در ابعاد علمی نظرات با ارزش‌سازی کشاورز همان و وزن‌های هستند که بقای جهان هستد. هم‌مان مراحل را بايد طی یک بکنند. همان علم را بايد داشته باشند و در راستای همان چارچوب‌های علمی (یعنی چارچوب‌های کار) بايد حرکت بکنند. اما وقتی به انسان‌ها می‌رسید مقوله فرهنگ مطرح می‌شود، در آنها شما بايد ارزش‌ها باورها و ساختارها ذهنی حاکم بر آن جامعه را مورد توجه قرار بدهید، برای مثال در همه جای جهان، ضد دارند که از فعالیت اقتصادی متفاوت می‌رود به دست بیاورد. حالاً این مفهوم با استحکام مستقیم است. یا سود نهته در یک مجموعه بزرگتر، به فرض در ایران اگر یک نفر بیاید و 100 گاو را نگه دارد و تعطیف و تغذیه شان باکن، به هر حال از شیر و کوشت آنها استفاده خواهد کرد. این فرد در اینجا متفاوت خودش را در نظر می‌گیرد. حالاً ممکن است در یک جای دیگر دنیا، مثلاً بعضاً از قبایل افرازی شمایی، تونس و کشورهای مانند آن، فروش شیر عوامل مادی و منفعتی ناشته باشد. اینجا ممکن است چیز دیگری به دست بیاید. افرادی که در این مناطق هستند، شهرنشین را به دیگران اتفاق می‌کند و همین موجب می‌شود که پایگاه اجتماعی پیش‌تر کند. پس اگر این متفاوت خواهد بود. دقتاً همین را می‌خواهم خدمت‌تان عرض کنم. روش‌ها جای خودش باقی می‌ماند، اما وقتی به ساز و کارهای فرهنگی برخورد می‌کنیم قضیه یک مقادیر متفاوت می‌شود. پس اینجا ما به نواحی ساید فرهنگی باشند. در فرانسه نظرات و کنترل و ارزش‌سازی و مفاهیم از این دست، باید فرهنگ جامعه خود را بشناسیم، و علاوه بر آن، روشهای علمی نظرات را هم بدانیم. تا اینجا دیداری روشهای علمی نظرات صحبت کردم و من هم به روشهایی که پروفسور دمینگ و پیروان او به ما پیشنهاد داده‌اند اشاره کردم.
پس ما روش‌ها را به کار می‌گیریم، این‌ها در همه جهان قابلیت اجرای دارد. همچنانکه، دمی‌کن امریکایی می‌روند این موارد را در زمان پیاده می‌کنند و بعد نوبته‌ای امریکایی‌ها همان‌ها را از زاپین‌ها می‌گیرند و کشورهای آمریکایی و ما و دیگران هم آنها را از امریکا و اروپا و جامعه دیگر می‌گیریم. این‌ها حکم ابزار را دارند. همان طور که شما مثال‌آ خودرو استفاده می‌کنید و اصلاً هم به این نمی‌اندیشد که چه کسی‌ان را اختراع کرده‌اند. اما یک وقت کار نظارت و ارزش‌سنجی‌ها با مقوله‌ی فرهنگ ارتباط پیدا می‌کند. حالاً مقوله فرهنگ ما را در گیر می‌کنند. در اینجا شما هنوز با یاد این سوال را از خودتان کرده‌اید که می‌توانم دارم از وظیبی این می‌کنید که به صحت انجام عملیات خودتان و قواف پیدا کنید و به این نتیجه بررسی که باید کار را ادامه بدید اصلاح کنید و یا حتی متوقف سازید. این هدف وسا است. هر زبان به این نتیجه رسیدید که یک عامل بسیار مهم به نام فرهنگ کار را باید شما ساده با یک‌سانتر می‌کنید. روش‌ها شیوه‌ی خودتان را عوض کنید. برای مثال بعضی از سیستم‌های فرهنگی، نظارت اصول‌آ در ماهیت‌شان تعبیه شده است و در بعضی از جاها ساختار است. خود من در اینجا همیشه باید یک پارامترکس رو به رو هستم و وقتی به ساز و کار‌های فرهنگ خودمان یا فرهنگ پیشین خودمان رجوع می‌کنم، می‌بینم مفهوم آمر به معروف و نهی از منکری که برای گذاشت‌اند اصلاً یک سیستم نظارت اجتماعی است که در تمام شؤون زندگی ما و همین طور زندگی یکی می‌کند. من نقش دارد و به صورت خود کنترل عمل می‌کنیم. به محسوب اینکه از یا شما منکری را انجام دادم از یک خانواده‌ای بی جامعه‌ای هم می‌ترکند. به ما تدرک داده‌ام می‌شورد و ما با یاد این فرانکی‌ها اصلاحی را انجام دهیم. اما می‌بینم وقتی وارد قرن بیستم می‌شویم و با سازمان‌های جدید سروکار پیدا می‌کنیم این ساز و کار خیلی راحت و روان در دوران سازمان‌ها شکل نمی‌گیرد با چواب نمی‌دهد. حال در اینجا مهم‌ترین مسئله مهیم است که ما قهرخوانده‌ایم این اباعاد فرهنگی حاکم بر جامعه‌ها با سازمان‌های بنیادی و چقدر از سازمان‌ها و این مقابله‌ها هم‌آمد است. در اینجا ناحیه‌ای که پیامدهای به خوبی می‌فرهنگی به بخش‌ها می‌گیرند. می‌باشیم. من برای شناخت فرهنگ همبستگی‌سی مقطع‌را با پیشنهاد می‌دهم این کلید فرهنگی را که به کار می‌برم، حالاً جدای از تعول‌ها و بحث‌ها که وجود داشته و دارد مقوله‌ای است که خودش دارای سه بخش کاملاً منتفی و منشأ از یک‌گیری است که ریشه‌های فرهنگی، ساز‌کارهای فرهنگی و جلوه‌های بیرونی فرهنگ را شامل می‌شود. این را و خلاص در قابلی‌که درخت تمام می‌کنیم فرهنگ مثل یک درخت است حالاً دارای برگ‌های هم که ما هستیم درخت‌های مختلف کلکار یک‌گیری قرار می‌گیرند. من در جنگ‌یکی از درخت‌های متعدد هستیم که بعضی از درخت‌های آن تناورت مستند، بعضی‌ها ضعیف‌ترند و بعضی‌ها زیر سایه یکی درخت بزرگتر قرار می‌گیرند و
بعضی‌ها ریشه عمیق‌تری از سطحی‌تری دارند. من این تمایل را دنبالاً روی فرهنگ و درخواست فرهنگ آورده‌ام. حالا این فرهنگ مورد نظر ما ریشه‌دار اما ریشه‌ها چه‌ستند؟ ریشه‌ها مذهب، زبان، ادبیات، هنر و اساتیدن. این‌ها ریشه‌های فرهنگی را تشکیل می‌دهند که از آن ارزش‌ها، باورها و بی‌دیدن‌ها آنها تقریباً نادرست هستند، خیلی خوب دیده نمی‌شود و هرچقدر عمق‌تر باشد، قاعده‌ای درخواست برای هم شناخته‌ها و تناروی هم کنند. درخواست از مهیج اطلاعات ارتباطی می‌کند و در برابر تنگ باده‌هایی که می‌وزد مباورم یک است. بعد مرسوم به بخش مرئی فرهنگ، چزی که بیشتر در مورد صحبت می‌شود، بخش مرنی فرهنگ است. سپس به ساز و کارها و مفاهیم و امثال اینها مرسوم. ساختارهای که فرهنگ را شکل داده، ساختار خانواده، ساختار اقتصاد، سیاست، روابط، روابط فنی‌های، مثل روابط همسران با یکدیگر. این‌ها همه در نه درخت برایان معنی‌پذیر می‌کنند. الان با باید بالا که شاخ و برگها است. چون او بیرونی است مثل نگر شیفر، رفتارها و امثال اینها که حالا از ایرانی مسلمان یک چور رفتار می‌کند و آن آقای مسیحی اروپایی یک چور دیگر، هر چه‌ی بزید برخورد می‌کنند. وقتی هم وارد سازمان‌ها و فرهنگ سازمان‌ها می‌شویم، همین بحث را خواهیم داشت که حالا ریشه‌های ما چیست و این چقدر با نظرات، دانش و ارزیابی‌های هوشمند و همکارانی دارد و کقدر کار را برای ما تسهیل یا سخت و پیچیده می‌کند. این خودش موجب خواهد شد که ما یوتانیم از منابع به درستی استفاده کنیم. با توجه به این نتیجه که خدمتی‌مان عرض کرده، ما ناجیارم ان مسیر علمی را داشته باشیم و آن سر به خودش است. اما وقتی به مفاهیم مثل فرهنگ و امثال اینها مرسوم وقت آن می‌شود که تفاوت بین جوامع را دریابیم.

در مورد همان تمایلی که ارائه کرده، بفرماهید چاپگاه بحث و گفتگو انتقال سریع فرهنگها و به هر حال بحث‌هایی از این دست کجاست؟

لحظاتی پیش دو وار آمیزه‌ها به کار برده که شما روز آنها جمع‌بندی نشان‌دادید و من هم دیگر تحقیق‌دهی کردم. اما ماهیت کار ما به آنها رساند، فرهنگ قوی و «فرهنگ ضعیف». ما واده خوب و بد را برای فرهنگ به کار نمی‌بریم، اما حالا فرهنگ قوی و ضعیف را تبیین به چی در نظر می‌گیریم؟ نسبت به اهداف پس همیشه یک بحث وجود دارد که ما نبایل چه هستیم و هدف ما
چیست، برای مثال اگر به دنبال معنونی باشیم، می‌توانیم یک‌پیش‌گویی‌های فرهنگ‌یابی نسبت به فرهنگ غربی معنوی‌تر است و بنابراین از این نظر فرهنگ‌یابی‌هایی است که خواهان‌ها و در تقابل یا تضارب با فرهنگ‌یابی‌های توانمندتر عمل خواهند کرد. پس ما اول‌اً باید هدفمان را معلوم کنیم که این یک کار مدیریتی اموزش فرهنگی است که دقیقاً آن را مشخص کردیم و در رساله‌های مشخص است. حالا نگاه می‌کنیم به اینکه آیا فرهنگ ما، فرهنگ‌یابی چهست یا نه؟ این چه باود را به نسبت اهدافمان تعیین می‌کنیم. اگر فرهنگ بیش‌تر به نسبت اهدافمان توانست باشد دشواری داشته باشیم فراورده‌های این نهاد خواهد بود. می‌خیلی راحت می‌توانیم به هدف‌مان دسترسی پیدا کنیم. اما اگر فرهنگ‌یابی‌های به نسبت باourd اصلی ضعیف فرهنگ است؛ هیچ چاره‌ای نداریم. جز اینکه اگر هدف برآمانته‌ای آن‌قدر اهمیت ندارد که می‌خواهیم به آن برسبیم، باید بی‌باری فرهنگ را دگرگون کنیم. در گذشته‌ها که در سال‌های اخیر با پیش‌آوری و نویسنده‌ها و متفرکان غربی داشتیم، البته در مواردی که شایعه‌سیاسی از بین رفته‌است، می‌بینیم که متفرکان غربی به تدریج به این نتیجه می‌رسند که ابعاد معنوی فرهنگ‌گونه‌پوش از طریق سیاست رده‌بندی کرده‌اند. بنابراین اگر هدف برآمانته‌ای آن‌قدر اهمیت ندارد که می‌خواهیم به آن برسبیم، باید بی‌باری فرهنگ را دگرگون کنیم. در انتظار شخصی برخوردهای که فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کند، می‌باید به کسب هر چکاها نشان‌دهنده قدرت فرهنگ‌شناختی آن را چیزی که یکی از ایجاد می‌کنیم.
با خودش می‌آورد. اما این فرنهگ، باز همان فرنهگ اولیه نخواهد شد. یعنی همیشه هر چیزی که وارد می‌شود با یک چیزی که در گذشته داشت‌های مزمود می‌شود، و شکل دیگری به خودش می‌گیرد.

در نظر بگیرید که تفکرات مربوط به دموکراتی از خارج از این سرزمین آدم‌ام نیست و سپس با یکی که فرنهگ این جامعه برخوردار کرد، می‌چید و جای کرده‌ای که با یکی که در حال حاضر درکرده‌اند. یکی از سمت‌های این دموکراتی نیست. واگاهی که با دنیای پیدا آن چیزی باشد. انتقال اصلاحیه ما با نوعی دموکراتی سر و کار دارد که این چیزی در گذشته اصلاً در فرنهگ ما وجود نداشت است و از طرف دیگر همان دموکراتی یا هم که از اروپا آمدند و آدم‌هایی نظر ملک‌خان.

تابلوه و ایران‌آقانان کرمانی و امثال اینها مطرح کرده‌اند، نیستند. در واقع وضعیت بین‌بینی دارد به‌خاطر اینکه ما را گرفته است و این دموکراتی را رویش بی‌پایه کرده و از این طریق چیزی دیگری را ایجاد کرده است که این آن‌هم چیزی هم گوناگونی به‌وجود آورده یا یکی از پیامدهای این دموکراتی‌های دیگر است. ممکن است با یک فناوری برخوردار نامطلوب کنید. به فرض وقتی به کامیون‌های به‌وجود آورده خود یا در واقع با این کار دارد بین سرت و مدرنیته سازگاری ایجاد می‌کنند. در گذشته این تعویض به گردش شرط بسته می‌شود و حالاً این را به آن‌هانی کامیون آویزان می‌کنند. همان‌طور که اسم مفهوم است. به نظر من سخت‌های مهم رسانه‌ها در همین چیزی است که رسانه‌های چطور می‌توانند این واقعیت را به کونه‌ها تحلیل کنند. که نظامی و به‌پایه‌ای فرنهگ زده نشود که اشکالی دارد که این فناوری جذابیت وارد شود، بنده هم با این‌گونه‌ها داشته باشم و هم با دانسته چنین جمله‌ای می‌فهمم.

بسم الله الرحمن الرحیم را گزارم و یا حتی آیه‌الکرسی را نصب کنم.

این فرنهگ شما در قبال پدیده‌هایی از نوع کارخانه و مانند آن درست است، به علت اینکه در این موارد تعارضی وجود ندارد، اما برخی از پدیده‌ها ناگهان توجه می‌کنند و با آن سنتی که می‌خواهد حفظ شود تعارضی دارد. یک مصداق، خود رسانه است. چنان‌که از نظر برخی متقریان رسانه‌ای، رسانه‌های پدیده است، یعنی فقط ایزه انتقال پیام نیست بلکه خودش پیام هم هست. به ویژه در خصوص رسانه‌ای مثل تلویزیون که با کاربردن نور و گرم و صحن آرامی و برخی جاده‌ها هوا را با سیمی قابل کنترل نیست.
این بستگی دارد به اینکه ما تحت چه شرایطی با این مسئله برخورد کنیم، البته قبولاً دارم که کار به سادگی با خش صنعت و تولید نیست ولی همینجا این بحث وجود خواهد داشت که سند چطور برنامه‌ریزی کنم و این مقولة مورد نظر یا در راستاها که باید حرکت کند طرح اخیر به حرکت در بیاورم. اگر اجازه داشتم به نظر دارم پیوسته ماهواره به دقتدا به کار ما مرتبط است بی‌پرده کنیم ماهواره یا ایزابت است، ایزابت که آنها و اموره‌ها هم می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند. حالا بستگی به این دارد که من چگونه برای این ماهواره برنامه‌ریزی کنم، یک موقعیت یا تصویر کنم که ماهواره می‌آید و همان تبعیضی که مارشال مکلیوان به کار برده که رسانه پیام است فرهنگ مرا از بیخ و بن از بین می‌برد. قاعدتاً اگر درد فرهنگ به داشتن باشما بهترین راه را در این می‌بینم که جلوی ماهواره استادگی کنی، مقاومت کنم و به هیچ وجه به آن اجازه ندهم که وارد جامعه استنادی می‌شود حال سوال بعدی این است که من چه حد می‌توانم این کار را بکنم؟ اما یک راه دیگر می‌توانست که من با ازدحام همه این است که من با ازدحام همه شویم آنها برنامه‌های خاص خودمان را یکی مانند یک بایزی شطرنج است وقتی وارد به رقابت ما شویم، یک من بینیم که آنها می‌خواهند پایه‌ای معنوی فرهنگی مرا نسبت کنند و من می‌خواهم پایه‌ای معنوی فرهنگی خود را هم پایه‌ای معنوی فرهنگی آنها را مستحکم کنم، تجربیات که بن می‌توانم در این پایه با او به جلو بروم. ما نباید انگیزه خودمان را با نفی ماهواره جبران کنیم. شاید اگر شما ندیده‌ایم، را برطرف نکنیم امروز بر روی ماهواره‌ها پارازیت بیاندازید یا آنها را جمع‌آوری کنید و انواع اقدامات مختلف را در مورد آنها انجام بدهید، ولی مسلماً یا این کانو اگر نمونه‌تای جواب قاطع را با آنها به دهدش شما با یک تقویت شوید و با امکاناتی که دارید و در روز آنها برناخ اجرا کنید اگر نتوناسید این کار را گفتنید خواهید ماند و در این صورت مشکل خواهید داشت. در واقع اگر برای هر یک از این ایزابل‌هایی که در حال آمده‌است به درستی و به دقت برنامه‌ریزی کنیم دیجی کرده و در این بحث اخیر که اگر طبیعت بشر و فکرتش آیا و یا حبوب شناختی کنیم و آن جنبه‌های از فرهنگ خود را که روزاً فکر بدید بشر که کرده است، در نظر داشته باشید و همان‌ها را وارد رسانه‌ها کنیم، قطعاً موقع خواهید بود. من به جای این می‌توانم قسم بخورم که فقط روز می‌تواند کرده روابط
بدون ضابطه و چارچوب بین دختران و پسران وجود داشته باشد، حتی اگر بعضی والدین هم متعارض به چنین وضعیتی باشند و آن را تجربه کنند، نه در چیزی نه در روسیه، نه در امریکا، نه در آرژانتین نه ایران می‌تواند چنین وضعیتی حاکم باشد، اما کسی از سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی می‌آید این را ملایم یا شدیدتر می‌کند. پس قدرت بشر این نیست. این را دقیقاً از قول پروسورگارنیو می‌گویم. یک آمریکایی نمی‌تواند این را تجربه کند.

قوانین و نظام‌های اجتماعی مثل آمریکا تنها این اجازه را می‌دهد که این وضعیت بعد از رسیدن به سن قانونی وجود داشته باشد. زیرا در این سن باید حق مخالفت ندارد و اگر کار بدهد کشیده شود، پدر را محکوم می‌کنند. اگر طبیعت و فطر بشر این را می‌پذیرد، این آن بخش فرهنگی غربی است که ضعیف است. سوال‌های می‌تواند آن است که ما از ماهوره چقدر می‌توانیم استفاده کنیم، چقدر می‌توانیم آن ضعف یا حیران کنیم و آنها را به سمت فرهنگ معنوی بپردازیم؟ بپذیریم. متأسفانه هیچی از رسانه‌ها سوء استفاده شده، در حال حاضر، BBC، CNN، دیگر رسانه‌های غرب جهت دار هستند و چون ما می‌توانیم عکس را عمل کنیم، چون ما متأسفانه در این بخش ضعیف هستیم. وقتی آنها در مورد فلسطین از یک طرف، فلسطینیان یک آدم عمومی، زولیده و بی‌منطق را نشان می‌دهند که یک سرک آدمی، از یک طرف فلسطینی و از طرف دیگر یک عده آدم شسته رفته و چرترویی که پشت میز مذاکره‌های نشسته‌اند و گفتگو کنند به‌دیگری است که حال‌خود را برای سازگارتر است. آنچه که واقعیت چیز دیگری است. غرب از ایران به این شکل استفاده می‌کند. یکی از کارهایی که می‌شود و شما باید در مورد رسانه‌های انجام دهید، این است که به شناخت دقیق ملاقات بشر بپردازیم و بپذیریم از چه جایی خوشش می‌آید. این بحث، به‌اصلا در کره‌ای نبوده که این خوشش اصلی در بطن فرهنگ ما نیست. اشکال ماهیتی چه است که ما فطرت بشر و این از چه سمتی گرایش دارد. فراموش کرده‌ایم، بشر به سمت زیبایی‌گرایی راه دارد. به سمت خوشش. من فکر می‌کنم ما را در تله انداخته‌اند. ممکنه بحث از این است که یکی از توأم‌هایی که می‌تواند رسانه‌ها یا مدیران رسانه‌ها یا بدین یادی باشد، سعی کند درون این نشان‌های بی‌طرفی، یادی باشد که این دو را یاد می‌کند و توأم‌هایی می‌آید و می‌آید و باشند. به چه می‌دهد در غیر این صورت خیلی راحت ما را به چه می‌دانند. من تصور می‌کنم این است که استنداردوپردازی به‌همان فطرت بشری بپذیریم، را به مایه‌های داده که چگونه و از ابزار استفاده کنیم. قطعاً این
ابزار باید در جهت تعمیل نوع بشریتی عنوانی در راستای همان آرمان‌های عالی فطری بشری حرکت کند.

حالا هر برنامه‌ای که با این فنترست سازگار است، فرهنگی می‌تواند آن را تقویت کند و به جلو برد. هر تولیدی که جز این باشد، طبیعتاً ما باید از آن بهره‌بریم و ضعیف‌کنیم.

التفاً برغم این ارتباط نیروی انسانی با مقوله نظرات و ارزیابی چیست؟ که شامل دو بخش عمده است نیروی انسانی که عهده‌دار انجام نظرات و ارزیابی‌های مستند، و نیروی انسانی که بايد تحت نظرات واقع شوند.

التفاً اجازه به هدیه‌ای در همان دو بخش پاسخ به‌دهم. منتها از بخش خیلی خیلی گذرا عبور می‌کند و به بخش دیگر خیلی عمیق‌تر می‌پردازد. ما در مورد نیروی انسانی بحث خواهیم داشت و این اساساً چه کسانی باید کار نظرات و ارزیابی‌های را انجام دهند که بنده خود معتقدم افرادی که از سطح تخصصی بسیار بالایی برخوردار باشند و دارای تجربه‌کامی و واقع باشند.

دقیقاً می‌توان گفت واحدهای نظرات و ارزیابی واحدهای خواندن بوده که معمولاً کارشناسان و مدیران آنها کسانی بودند که بخش‌های دنیا سازمان را طی کرده‌اند و با آن‌ها کاملی آشنا بودند. اولین این افراد متخصص و بات경رب انتخاب می‌کنند. البته خود این هم کاملان جوابگو نیست و سرانجام این‌های خصوصیت دیگری هم باید داشته باشند و آن این است که از نظر شخصیتی پذیرفتگی شده باشند. بعنی متقابل باید را کسب کرده باشند. هر گاه این ویژگی‌ها بعنی تخصصی، تجربه و متقابلیت در فردی جمع شد می‌توانیم بگویم که ارزیابی خوبی است، اما آنها که دارند ارزیابی‌های سنجش می‌شود، معنای مناسب انسانی، بی‌نشاناتی آنها خواندن بوده که کارشناس مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و باید در فرآیند اصلاحات قرار بگیرند و به تدریج اصلاحات را پذیرا درست شوند از همین جا باز یک بخت مطولی بیش خواهد آمد که آمده انتقادها را به راحتی قبول نمی‌کند و راحت به سمت اصلاحات نمی‌روند و یا به تعبیر نیک آمده‌ها به راحتی تغییرات را پذیرا نمی‌شوند و در برابر تغییرات مقاومت می‌کند. حالا این ارزیابی‌ها منطقه‌ای چگونه می‌تواند با آنها برخوردار کند؟ در واقع، اولی، توصیه‌ای که داشته می‌شود می‌کند این است که بیانی اهداف آن سازمان‌ها را برای این آمد آماده روش‌کن کنیم. یکی از اشکالات موجود در خیلی از سازمان‌هایی که ارزیابی آنها مورد استقبال قرار نمی‌گیرد این است که اهداف را برای کسی روشی نکرده‌اند. چرا این واژه فوتیال برای همه آدم‌ها جاذبیت دارد‌؟ چه آنها که بازی می‌کند و چه آنها که می‌پیوندد. حتی می‌آدم‌ها مسند یا خانه‌هایی را دیده‌ام که با علاقه‌ای بازی فوتیال را نگاه می‌کند چرا؟ چون هدف برای این کمالی روشن است. بازدهی بزرگ‌ترین این
طرف و یازده پاژیک آن طرف، که بايد توضیح و به نحوی ان تا اینکه یکیکی عبرت داده و در چارچوب دروازه قرار دهنده. این امر خیال شرفان است و چون آن را می‌بیند برایش اهمیت بیش‌می‌کند، من همیشه دقت کردند. که وقتی ما نسبت به چیزی اطلاع داریم، اهمیت می‌دهیم ولی وقتی چیزی در موردش نمی‌دانیم، بی‌اعتنایی از کشش می‌گذاریم. در سازمان‌ها عمدتاً نشواری که اکت‌آ‌اً اتفاق می‌افتد، در مدیریت‌های ناکارآمد همین است که ما اهداف ما برای کارکنان مشخص و روش‌نامه‌تری. حالاً نگاه ندارید، از پخش نشرنگی به‌خواهید که از همین کارکنان صدا و سیما بپرسند اهداف اساسی سازمان صدا و سیما چیست؟ ببینید.

چند نفر به شما درست خواهند گفت و بعد آن را با مدیریت تطبیق می‌دهد. یک اوین کاری که در مورد این افراد باید صورت گیرد این است که ببینیم ماقبل آن را با اهداف آشنا می‌کنیم و روشهای رسیدن به اهداف را تا پیش هرسپره داریم. در نظر بگیرید در یک زمین فوتیبال خیلی بزرگ که یک پرده برزنی خیلی ضخیم، ۳.۴ متری جلوی دروازه‌کشیده‌اند تنوب را به شما می‌دهند و می‌گویند گل زن. شما دروازه را نمی‌بینی، یک نفر آن بالا استاده و می‌گوید ۳ متر و شما نمی‌دانی ۲ متر بالا پایین. چی با راست. وقتی مرتب به شما این جوری خبر به‌دهند و بعد از یک بند ساقه‌ای پای شما خستگی، و کف‌گیری جعبی را تحمیل کنند. آخر سر منصرف می‌شود. کارکنان هم گاهاً اوقات تقریباً چنین حالیت را پیدا می‌کنند، اصلاً نسبت به اهداف سازمان هیچ‌گونه وقایع دنیارند و روشهایی استثنائی به اهداف را هم کسی برایشان تشريح نکرده است این است که بعد از مدتی خسته می‌شوند. اوین یک کار بر روی این انسان‌ها باید به این صورت انجام گیرد حالا اگر این کار انجام گرفت و در مرحله بعد، شما به عنوان یک مأمور ارام‌پذیر به اینجا رسیدید که این بخش یا فرد ۵۰ تا ایراد اساسی دارد، چه باید کرد؟ اصول صحیح ارام‌پذیری به ما می‌گوید که کارمند یا بخشی را چک دارای ۵۰ تا ایراد است نهایت ره چه به‌بازار ۴ ،۵ ایرادش را به او گفت. منتها به نفع متعدد، چون اگر یک دفعه یا ۵۰ ایراد را با نکات می‌دهید، یکی از دلایلی که عمداً موجب می‌شود در سازمان‌ها پرشیان با واحد‌های بارزی و ارام‌پذیری راحت نباشند. همین است، نه به این دلیل که بارزی و نظرت کار غلطی است، نظرت باید باشد، اما نحوه ابلاغ درست...
نیست. اگر یک دفعه ۵۰ تا ایراد به فرد وارد کنند، این تنبه خودش می‌گوید که اصلاً من برای این کار ساخته نشده‌ام. کارم را یکی کار دیگر می‌روم، اصول صحیح می‌گوید شما اول‌اول استفاده کنید، نگرش مثبت به ما می‌گوید هر آدمی، ولی اینکه صد تا ایراد داشته باشید، یک حسن هم تواده داشته باشید. از یک حسن باید شروع کرد، بگویید آفرین کارت در این زمینه خیلی خوب بود اگر هم صد تا ایراد داشته در هر جلسه ۴ یا ۵ ایراد از را خیرخواهانه بگویید و او را توجیه کنید تا پذیرفته شود. اما کیکه این ۵۰ ایراد دارد راهی نمی‌کند، سه یا پنج روز بعد به سراغ می‌روید. قاعدتاً این می‌کند آن پنج ایراد دفعه قبل را دیگر داشته باشد و شما هم می‌گوید ۵ ایراد را چه خوب بفرش کردی حالا این ۴ ایراد را هم بفرش کن. در نتیجه به این ترتیب در ماه طول می‌کشد و شما ۵۰ ایراد یک نفر را بفرش می‌کنید بدون اینکه اعتماد به نقص اورا دارند. به که به دنیای باشید و یا مشکل و معضل خاصی در ایجاد به وجود آورده باشید. روشنی که ما توصیه می‌کنیم، بايد بچنین باشد. باید توجه داشته باشیم که انسان‌ها موجوداتی ظریف، شکنده و بسیار حساس هستند. اگر شما بتوانید به دریچه قلب آنها راه بپیدا کنید مهر کاری را می‌توانند با آنها انجام دهند. اما اگر نتوانید به آنها راه بپیدا کنید بهترین روشهای و فناوری‌ها هم نخواهند توانست کاری انجام دهم. بنابراین، اینکه ناجار بودن این دو را یکدیگر مطرح کنم به این دلیل بود که ما ناجاریم از ارزیابی کننده و ارزیابی شونده را به دو، هم بپینیم. ارزیابی کننده باید آنقدر پخته یا بی غرض و مرض باشد که بتواند به راحتی افراد را ما به یک عضوهم حاصل نکنند. بهت هدفها را بايد خیلی روشن کنید و ابهام‌ها را بايد از بین ببرید. از سوی دیگر ارزیابی بايد در ارتباطات انسانی مهارت بالا داشته باشد و نه باید بتوانید خیلی راحت با افراد گفتگو کرده و متقاعدشان کنید. متفاوت افراد را به خوبی در نظر داشته باشید. بعضی از مواقع ما به ما مقاوومت روبه‌رو می‌شود. به این لحاظ منفوع افراد را نادیده می‌گیرم، ممکن است بخشی از این منفوع اقتصادی و بخشی از آن غیراقتصادی یا پیرسیتی باشند، مثل‌ا مثل‌ا، افراد دیگر بتوانند این داشتی به شورش را پایگاهی را ایجاد کنند، نادیده گرفته شود. طبیعی است که که در برای انسان‌ها می‌توانند مقاومت قرار گیرد. بحث روش‌های اهداف، روشهای و شفاف کردن، یک چیز است و بحث توجیه یک چیز دیگر، به نظر شما این چقدر اهمیت دارد؟
در طراحی اهداف ما امتداداً در روش‌های مدیریتی و به ویژه مدیریت فرهنگی و رسانه‌ای می‌گوییم که جلسات خیلی می‌توانند مفید واقع شود. یعنی ما باید افراد را به کنار خود بیاوریم، شاید شما اشکالات را در دورین سازمان جستجو نمایید. مشابه خیلی راحت متوجه شوید. ما در اغلب موارد، در تعیین اهداف، زیادی از زیرمجموعه خود کمک می‌کنیم، یا خودمان اهداف را در یک برج عالی طراحی می‌کنیم و از بالا به پایین ابلاغ می‌کنیم؛ این روش‌ها این دیگر جواب نمی‌دهد به ویژه وقتی شما دموکراسی‌های سازمانی را مطرح می‌کنید و آن‌ها از ارزش‌شان کردند و درباره‌اش کننک‌ها می‌کنید، این نوع روش‌ها دیگر جواب نمی‌دهد. الان، این بحث‌ها خیلی مطرح است، بحث‌هایی نظیر مدیریت‌های مشارکتی و امثال آن اهمیت است. در طراحی اهداف هم شما باید افراد را دخالت دهید. وقتی می‌خواهیم اهداف را طراحی و با عملیاتی کنیم و افراد باید کاملاً توجیه و درگیر شوند، چرا که وقتی افراد در این دور شدن و احساس کردن که اصل‌اً هدف همان چیزی است که خودشان پیش‌نگاه داده‌اند، آن وقت در راستای عملیاتی شدن آن هم صد در صد کوشش می‌شود. بنابراین من معتمد معمولاً که شما به آن اشاره فرمودید با مشارکت کارکنان می‌تواند حل و فصل شود. به آنها به‌دستاده، برای تک کلیده و در طراحی اهداف، در دستیابی به آنها و حتی در ارزیابی‌ها مشارکت‌سنجیده، کوچک خودتان، خودتان را ارزیابی کنید. یک شباه مدیریت غفلتی که متأسفانه سال‌های سال در فرهنگ سازمان‌های ما حاکم بوده این است که مدیر مهیشه فکر می‌کرده که اطلاعات را فقط خود از یکدیگر داشته باشند و اگر اطلاعات به زیرمجموعه منتقل شود یا دیگر نمی‌تواند مدیریت بکند و چیزی برای باقی نمی‌ماند. در صورتی که این خطای محض است، مدیر در ساز و کارهای امروزه تسهیل نمی‌کند. هست که به‌ویژه در بخش‌هایی رسانه‌ای و فرهنگی، که مدیر دیگر برندش و کوئنه حرف آخر و مانده‌اند نمی‌تواند باشد. این فلسفه باید کمک در ذهن مدیران ما جا باز کنند تا به تدریج بتوانند با این انسان‌های هوشمند حساس و مطلع کار کنند. شما در بخش رسانه‌ها و فرهنگی با آدم‌های هوشمندی که ضریب هوشی آنها قطعاً بالاتر از اخیراً دیگر است و یکی دارد. یک چنین هم جهاب مدیریت صنعتی را دارد. هم مدیریت فرهنگی خدمت‌ارز عرض می‌کنیم من در بخش فرهنگی به نسبت بخش صنعتی آدم‌های هوشمندتری را دیده‌ام البته در بخش صنعتی هم مهندسان محقق‌سرکیسی هستند که مختارند اما اختیار آنها هم در حاره‌های چارچوب همان صرف‌جویی در باقی و بهبود کرده‌اند آن‌که بقیه سایر یک قطعه و غیره است. آنان این بی‌پیچیدگی‌های ذهنی اجتماعی مدیران فرهنگی را به همراه جهان ندارند. وقتی با آدم‌های هوشمند سر و کار پیدا می‌کنید دیگر نمی‌توانید با آنها ارتباط یک طرفه و یک سویه از بالا به پایین داشته باشید، حتماً با پایین این فضا را باز کنید، یعنی ارتباطات را دو
سویه کنید، این‌ها منتج به این خواهد شد که بخش ارزیابی ما بهتر عمل کند و کارایی بالاتری داشته باشد.

اگر فرصتی که به این مصایح اختصاص دادید بسیار سپاسگزاریم.
مقدمه‌ای بر فرایند کنترل در سازمان‌ها
(با تأکید بر صدا و سیما)

داود معصومی
پژوهشگر ارائه‌داره کل تحقیق و توسعه
حوزه صدادای سازمان صدا و سیما

اشاره
موقف‌گیری‌یک سازمان و مجموعه، منوط به داشتن بیشترین بازدهی و منفعت
با استفاده از منابع (مادی و انسانی) است. از این رو، مدیران سازمان‌ها هم‌واره
سعی دارند با به‌کارگیری سیاست‌ها و روش‌های مختلف، بازدهی مجموعه‌های خود
را بالا ببرند. در این راستا، فرایند کنترل نقش مهمی را در سنجش اهداف,
پیگیری و اصلاح امور ایفا می‌کند.

در این مقاله، مفهوم کنترل نه با باورها و برداشت‌های مصطلح منفی، بلکه به
عنوان یک ضرورت و عامل موفقیت بخش برای رسیدن به اهداف صورت اجرای
قرار گرفته است. وجود همین برداشت‌های منفی از مفهوم کنترل و عدم اجرا
مناسب آن موجب عدم یافته و کارایی فرایند کنترل در سازمان‌ها شده است.

فرایند کنترل، یک مجموعه چهار به اهدافی نظیر استاندارد کردن عملکردها،
حفظ موجودی سازمان، حفظ و ارتقای کیفیت محصولات یا خدمات و کاهش
میزان افتادار و اعمال قدرت مدیران نزدیک می‌سازد. اهداف فوق را می‌توان از
طريق انواع منابع کنترل در سازمان از قبیل کنترل سازمانی، کنترل گروهی و
کنترل فردی محقق ساخت. برای رسیدن به اهداف فوق، رسیدن به تعیینی
درست از فرآیند کنترل و به کارگیری صریح آن امری ضروری و حیاتی است.
تنها در صورت پیگیری روند منطقی و درست فرآیند کنترل این که می‌توان فرآیند خودکنترلی (شکل آرمانی و مطلوب کنترل) و مشارکت افراد را در این زمینه عملی ساخت.

هر سازومنی تحقیق اهداف و رسالت خود را بسته به بهترین ترکیب منابع و بهترین ترکیب منابع (منابع مادي و انساني) را بسته به وضعیتی می‌داند که بیشترین منافع و فواید ممکن را با صرف کمترین هزیت‌های فراهوم آورد.

- حال باید دید سازمان‌ها در دستیابی به این اهداف تا چه اندازه موقعیت هستند؟
- در صورت عدم موقعیت، علت یا علل احتمالی چیست؟
- چه معیارهایی می‌توانند نشان دهنده موقعیت یک سازمان باشد؟
- و اساساً موقعیت و کامیابی یک سازمان چگونه قابل تعیین است؟

به طور کلی، موقعیت‌ها شکست تمامی سازمان‌ها، صرف نظر از نوع کارکرد و اهداف آنها ممهول مدرنیت و ساز و کار هایی است که توسط مدیران اعمال می‌شود و از آنجا که یک مجموعه عناصر سازمانی در قبلاً تحقیق اهداف و سیاست‌های خود مستقل هستند قضاوت در مورد موقعیت با شکست مدیران سازمان‌ها اغلب بر مبنای سنجد میزان و چگونگی تعیین اهداف صورت می‌پذیرد (پیرزن، 1997). در این میان، فرآیند کنترل این امکان را به سازمان و مدیران از می‌دهد که با آگاهی از میزان تحقیق اهداف و چگونگی انجام عملیات، قدرت پیگیری و در صورت لزوم سنجد و اصلاح را بیابند. از همین رو، صاحب‌نظران و مدیران سازمان، فرآیند کنترل را یکی از اساسی‌ترین و ظرفیت مدیریت می‌شنند و بقای سازمان را در گرو آن می‌دانند. چرا که فرآیند کنترل، توانمندی‌های سازمان را برای اداره و هماهنگی فعالیت‌های مختلف با متغیرهای گوناگون و حساس محسوب و سازمانی و همچنین نیل به اهداف راهبردی افزایش می‌دهد (رضائیان، 1371). کنترل و فرآیند آن در جامعه، به ویژه در سازمان‌ها، دارای بار منفی است که مفاهیمی چون محدودیت، اجبار، مربزندی، زیرنویس درآوردن، زیر نظر گرفتن، می‌گیری، تفکیش و مانند آن را تداعی می‌کند و به تبع آن نظریه به کمی اطلاق می‌شود که وظیفه‌اش بازدید، برسی، بازرسی‌های ناگهانی، زیرنظر گرفتن کارکنان، می‌گیری و آشکارسازی معایب باشد اما ترکید بخشی از این تعبیر و تفسیرهای منفی، ناشی از واکنش آدمی نسبت به در نیاز به استقلال ای را مورد تهدید قرار می‌دهد و از همین رو مدیران تمام سطوح پایین به نحوی برخورد کنند.
که نه تنها چنین برداشت‌های منفی‌ای صورت نیز ندارد. بلکه فرایند کنترل به عنوان ضرورت و عامل موثر در رسیدن به هدف‌های برنامه تلقی شود. بر همین اساس، تعاریف متعددی از فرآیند کنترل ارائه شده است که هر یک به نحوی محور‌های اصلی آن را مبنای قرار داده‌اند:

1. سنجش و اندازه‌گیری: سنجش عملکرد سازمان و مقایسه آن با اندازه‌گیری برنامه، به عنوان معیاری یا خطکش اندازه‌گیری.
2. مقایسه با یادها با هسته‌ها و پیش‌بینی عملکرد‌ها.

جمع‌آوری و تغییر لمب‌ها در اطلاعات مربوط به فعالیت سازمان به منظور تشخیص انحرافات و ارائه راهحلی برای بهبود وضعیت.

4. سنجش و اصلاح عملکرد برنامه برای دست آوردن این اطمینان که اهداف و طرح‌های اجرایی سازمان با کامیابی به انجام رسیده است (کرنتز، اودا: ترجمه طوئی و دیرگان، ۱۳۷۵).

در تعاریف فوق، فرض بر این است که برنامه صحیح و قابل اجرایی وجود دارد و به همین دلیل هم خود برنامه مورد ارزیابی و سوال قرار نمی‌گیرد. اما در نگرش‌های جدید، الگوی زیر که خطای برنامه‌ریزی و فرصت از دست رفته را نیز شناسایی می‌کند، با شیوه کامل‌تری استفاده می‌شود.

بر این اساس، کنترل فرایندی است که از طریق آن یک فرد، گروه و یا موسسه‌های دارای همیت مستقل، ساز و کارهای ای را در قالب رسمی (توجه قدرت و ساختار سازمانی) یا غیررسمی صورت می‌گیرد. استفاده قرار می‌دهد تا رفتار و عملکرد یک فرد، گروه و یا مؤسسه‌های دارای همیت مستقل دیگر را تحت تأثیر قرار دهد (پتبرنژ، ۱۹۹۷). متخصصان علم مدیریت مهمترین اهداف کنترل را به شرح زیر بیان کرده‌اند:
۱- استاندارد عملکردی مقبول و قابل پذیرش: یکی از اهداف کنترل، قابل پذیرش ساختن فعالیت‌ها و عملکردها از طریق اطمینان آنها با استانداردها.

۲- حفظ موجودی سازمان: هدف دیگر کنترل، جلوگیری از اتلاف، ریخت و پاش و استفاده نادرست از منابع و موجودی سازمان است.

۳- حفظ و ارتقاً کیفیت محصولات و خدمات: هدف سوم کنترل، بهبود کیفی خدمات و تولیداتی است که به مخاطبان یا مراجعان سازمان ارائه می‌شود. این هدف، از طریق آموزش کارکنان، بازرگانی و نظارت، کنترل کیفی آماری و ارزیابی عملکردها و حفظ می‌شود.

۴- کاهش میزان افتادار و اعمال قدرت: هدف دیگر کنترل، کاستن میزان افتادار است که به طور بالقوه می‌تواند از جانب مدیران و سرپرستان اعمال شود. این هدف، از طریق تصمیم‌گیری و توصیف مشاغل، تدوین خط مشی‌ها و مقررات جهت‌دهنده، قوانین خاص و بودجه حفظ می‌شود.

۵- ارزیابی و هدایت عملکردها: سرانجام، آخرین هدف کنترل، ارزیابی و هدایت عملکردهای فردی و گروهی است که این هدف نیز از طریق ارزیابی عملکردها، مشاهده مستقیم گزارش‌دهی و اخذ بازخورد در خصوص کیمی و کیفیت نتایج دنیای می‌شود (جروم، ۱۹۹۶، Jemore).

- منابع کنترل در سازمان:

در هر سازمانی، حداکثر سه منبع وجود دارد که بر رفتار و عملکرد افراد تأثیر می‌گذارد و آنها را تحت نظر و کنترل خود هدایت می‌کند. این منابع عبارتند از:

الف) کنترل سازمانی (Organizational control)

ب) کنترل گروهی (Group control)

ج) کنترل فردی (Individual control)

( Daltoon، ۱۹۹۱).
کنترل، مثبت و اثر برخی دیگر منفی است. واکنش‌های رفتاری مثبت (مانند قبول دو اولتیومهای، پذیرش فعال ملکه و به طور کلی سیستم کنترل) هنگامی می‌تواند مورد انتظار باشد که اولاً ارتباط ملکه‌ای کنترل به صورت معنی‌دار باشد. به طور عینی، اشکال شور برای کمک کارکنان در فراوانی تعیین ملکه‌ها و سنجه‌های سیستم کنترل رسمی حضور محلی در سیستم به‌اشتیت باشد. اما واکنش‌های منفی نسبت به کنترل رسمی می‌تواند به اشکال مختلفی مانند تقلی و طفره رفتار از عملکرد درست، خرابکاری یا از بین بردن امکان انتقال گریه موادی و غیره بیشتر کند که این امر، اغلب ناشی از فقیدان مشارکت کارمندان در فرایند ایجاد و توسعه استانداردها و ملکه‌های کنترل است.

ب) کنترل گروهی: در هر سازمانی - به ویژه سازمان‌های بزرگ - گروه‌ها و نهاده‌های غیررسمی متعادلی در جهت اراضی نیازهای تحقق نیافته سازمان رسمی، طبیعی می‌گیرند. (کهن، 1972) اما ممکن است نیازهای این هدایای اصلی با اهداف سازمان رسمی مرتبط نیست. روابط شخصی، عواطف یا احساسات اعضای و حصول نیازهای شخصی نیز عوامل مهمی در تشکیل و توسعه این گروه‌ها به شمار می‌روند. کارکنان سازمان به منظور اراضی نیازهای خود، احساس و استرس و احراز هویت هم‌کاری، استمرار هم‌کاری به ارزش‌های فرهنگی گروه و به این گروه‌ها می‌پردازند و گروه‌ها با استفاده از ساز و کار کارها مختلفی مانند تشوش، نیافته و تاثیر و حمایت گروه و یا تبیین و محو مسأله عضوی خاصی از اجتماع و هدایت و کنترل رفتار اعضای گروه را به دست می‌گیرند و آنها را مجبور به پیروی و سازگاری با معیارهای گروه خود می‌کنند.

(c) کنترل فردی: کنترل فردی یا خود کنترلی به آن دسته از ساز و کار کارها کنترل اشاره می‌کند که به صورت خودآگاه تا ناگهانی در فرد عمل می‌کند. این نوع کنترل، استنیت تام به وجود یک نظام ارزشی قدمنت در نزد فرد دارد. هدف که در کنترل فردی یا خود کنترلی دنبال می‌شود، ایجاد حالتی در دوران فرد است که او بدون نیاز به کنترل یک عامل خارجی، به انجام وظایف ممکن سازد. در اسلام، زمینه‌های اعتقادی به گونه‌ای است که بهترین است که بهترین بشر رشد را برای خود کنترلی یا یکی از بهترین انواع کنترل - فراهم می‌آورد. اعتقادات فرد سیستم حیاتی کنترل کننده درونی و به شمار می‌روند. فرد متوقه در اسلام، انسانی است که به دلیل مجهز بودن به سیستم کنترل مشکل‌از اصول اعتقادی، عقل، وجدان و تمامی اعمال و رفتار خود را در همه زمانتها تحت تاثیر و کنترل می‌بند. بنابراین مدیران سازمان می‌توانند با فراهم آوردن برنامه‌های فرهنگی و ارشادی مناسب، بذر خود کنترلی را در چنین بستر مساعدی پراکند و بارور سازند (الوین، 1972).

بر اساس چگونگی و میزان همبستگی موجود بین منابع کنترل فوق (کنترل سازمانی، گروهی و فردی) می‌تواند حاصل دو نوع کنترل را برای محفظه سازمانی در نظر گرفت.
1. کنترل با نقطه همگراپی بسیار زیاد بین منابع کنترل در سازمان‌های اثر بخشی که دارای فرهنگ و ارزش‌های سازمانی نهاده‌های شده‌ای هستند، ساز و کار نظارت و کنترل به صورت حسابی و تقویت کننده عمل می‌کند و بین منابع سه کنترل هم‌ریشی زیادی وجود دارد، به طوری که این سه منبع یکدیگر را تقویت می‌کنند.

در عین حال، در بیشتر محیط‌های سازمانی، کلیه این منابع کنترل مستقل از یکدیگر عمل می‌کنند و تضادهای درونی گسترده و تصادم‌ها و زد و خوردهای روانی و سیاسی را در محیط سازمانی بی‌وجود می‌آورند (سکلما، 1988).
بر این اساس مدیران بخش‌های مختلف سازمان با ایجاد تلاش کنند تا هماهنگی و همکاری بین منابع کنترل (کنترل سازمانی، گروهی و فردی) را از راه‌های مختلفی مانند نزدیک کردن اهداف سازمان به اهداف فردی و گروهی و افزایش دهند.

- نقاط راهبردی در فرایند کنترل:

از آنجایی که در اغلب موارد، کنترل تمامی جریان عملیات (درون‌داده، فرآیند و برون‌داده) ممکن با مقرن به صرفه نیست، کنترل باید در نقاط کلیدی و راهبردی متمرکز شود تا بر تبانی و بروندادها تأثیر حریارتی بگذارد. این نقاط راهبردی را می‌توان در سه مقطع قبل از عمل، حین عمل و پس از خاتمه عمل انتخاب کرد (الوانی، 1371). برای مثال یکی از نقاط راهبردی در مرحله قبل از عمل مرتبط تصویب طرح برنامه‌ها در طرح و تأمین برنامه شکوه‌ها است.

هر برنامه یا واحد، نقطه راهبردی خاصی دارد که مدیران و برنامه‌ریزی با احاطه به اجزای برنامه و اهمیت آنها می‌توانند آنها را به درستی بشناسند و معین سازند. البته نقاطی که برای کنترل گزینش می‌شوند باید نقاط مهم و حساسی باشند که یا از عوامل محدودکننده عملیات به شمار می‌روند و یا بهتر از سایر عوامل، پیش‌رفت برنامه‌های کاری را نشنای می‌دهند. (استون و فریمن؛ ترجمه اعرابی و پارسی‌گی، 1376).

به طور کلی، نقطه کلیدی کنترل باید در جایی انتخاب شود که قابل تسریع به سایر بخش‌ها باشد و این اطمینان را به وجود آورد که با کنترل آن نقطه می‌توان از وضع کل مجموعه نیز تا حدی آگاه شد.

- وزیگ‌های سیستم کنترل اثربخش

اصول سیستم‌های کنترل باید توجه به شرایط و مقتضيات سازمان طراحی شوند و در هر مورد از وزیگ‌های مربوطه برخوردار باشند. در همین راستا، سمانه‌کنترل سازمان صدا و سیما نیز وزیگ‌های خاصی را باید مد نظر قرار دهد که در اینجا به اختصار آورده می‌شود:

1. از آنجایی که برنامه‌ریزی و کنترل در لبه یک قبیحه مستند که برنامه‌ریزی، رفتارها و نتایج مطابق را از طریق تعیین اهداف، راهبردی و تخصیص منابع مشخص می‌کند و کنترل‌های مدیریتی نیز به حفظ یا هدایت مجدد رفتارها برای رسیدن به نتایج واقعی کمک می‌کند، طراحی و اجرای یک سیستم کنترل صحیح، بسته به چگونگی عملکرد سیستم برنامه‌ریزی سازمانی است و تا زمانی که اهداف کلی، جزئی، راهبردها و ساختار سازمانی سازمان به طور کامل و دقیق مشخص شود، کنترل و ارزیابی برنامه‌ها با قسمت‌های مختلف سازمان نیز با مشکل مواجه خواهند بود و اثری نخواهد لازم را نخواهد داشت.
4. بهترین روش کنترل، با توجه به بستر مساعد فرهنگی و اجتماعی ما مسلمانان، خود کنترلی است. بنابراین باید سعی شود تا با هدایت و ارشاد افراد و مشارکت دادن آنان در فرآیند کنترل، بهترین نتیجه را از این موثری و فرصت به دست آوریم.
5. سیستم کنترل باید قابلیت انعطاف لازم را داشته باشد و خط در با تغییرات سازمانی، برنامه‌های کاری را نشان می‌دهد.
6. کنترل باید در نقاط راهبردی و کلیدی انجام گیرد و سنگها و شاخه‌های تعیین شده آن کامل‌اً روشن و بدون ابهام (قابل اندازه‌گیری و عیونی) باشد.
7. سیستم کنترل باید به تدریج و گام به گام در سازمان اجرا و بهره‌برداری شود زیرا در غیر این صورت موجبات ناگاهی، رنگش و مقاومت کارماندان را فراهم خواهد آورد. به طور کلی بهترین سیستم کنترل آن است که عملکرد را به طور مؤثر و سریع با صرفه‌مورد سنگش قرار دهد، انتشارات را مشخص سازد. به اقدامات اصلاحی در جهت کسب هدف پیش‌بینی و طرایح آن با توجه به میریجه‌های تخصصی و ویژگی‌های سازمان صورت گیرد.

منابع و مأخوذ

الوانی، سیدمهدی (۱۳۷۱)، مدیریت عمومی. تهران: نشر نی.
7. رضاییان، علی (1371) رمز بقای سازمان. فصلنامه علمی و پژوهشی دانش مدیریت شماره 11-1870.

8. استونر، جیمز و فریمن، ادوارد (1997) مدیریت (رهبری و کنترل); ترجمه محمد اعرابی و علی پارسایان. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.


10. هیکی، هربرت جی. و گولت‌سیدی. تنوری‌های سازمان مدیریت; ترجمه و تهیه گوئل. تهران: اطلاعات.
نقش تحلیل محتوا در نظرات و ارزیابی (ضرورت، روش‌ها، دستاورد‌ها)

مرضیه رضاییان
پژوهشگر مرکز پژوهش‌های اسلامی سازمان صدا و سیما

اشتهای
از جمله وظایف مهم در مدیریت یک سازمان، نظرات و کنترل بر فعالیت‌ها و محصولات بر اساس شاخص‌های تعیین شده است که امکان بهبود کردن فعالیت‌ها و محصولات را در راستای شاخص‌های اعلام شده فراهم می‌آورد. طبقاً برای ارتقای سطح مرغوبیت فعالیت‌ها و محصولات، ارزیابی‌های ضروری است. از طریق ارزیابی، فعالیت‌های سازمان مورد مطالعه قرار گرفته و روش‌های مناسب برای هدایت فعالیت‌ها به سوی اهداف پیش‌بینی شده به کار گرفته می‌شود. برای ارزیابی بهبود و مناسب محصولات رسانه‌ای می‌توان محتوای فعالیت‌های سازمانی را با روش تحلیل محتوای شناسایی و یا پیش‌بینی کرد. هماهنگی بین سه فرآیند نظرات، ارزیابی و تحلیل محتوا مدیریت را در تصمیم‌گیری خود موفق تر می‌کند. در این مقاله، تلاش شده است ضرورت‌ها، روش‌ها و دستاورد‌های تحلیل محتوا با توجه به مسئله نظرات و ارزیابی به‌کارگیری و بررسی شود که سهم تأثیر آنها را در یکدیگر روش‌نگ کنند.

کارایی لازم و مفید را به دست دهد و آنچه را در این مقدمه ادعای شده است تبیین سازد.
1. نظرت و رسانه

1/1. تعريف و ضرورت نظرت و كنترل

در مديریت هر سازمان، نظارت فرامندي اساسی است. از طریق نظارت است که می‌توان به حداکثر کارایی و اثربرکری در راستای اهداف سازمان، دست یافته و به صحت پیشرفت‌های صورت گرفته در مورد برنامه‌ها پی‌برد. از این نظر هیچ برنامه‌ای بدون نظارت به درستی اجرا نمی‌شود و نظارت نیز بدون وجود برنامه، مفهوم و معنی نپذیرند. از آنجا که نظارت و کنترل سازمان‌ها در اصلاح انحرافات و تطبیق عمکبردها با اهداف مطلوب بارزی دارند، می‌توان گفت که نظارت، نقش پویایی در هر سازمان ایفا می‌کند. نمودار زیر بیانگر نقش نظارت و کنترل در مgresqlت و ارتباط آن با سایر عناصر مديریت است.(1)

نمودار 1- رابطه میان کنترل و سایر وظایف مديریت

برنامه‌ریزی
سازمان‌دهی
پیش‌بینی ماتااب و امکانات
هدف‌ات و سرپرستی

كنترل

اهداف

اقدامات

در واقع نظارت و کنترل به گونه‌های مختلفی تعريف شده است به یک عبارت، نظارت، «تلانشی است نظم در جهت رسیدن به اهداف استاندارد»، و نظارت، «طراحی سیستم با خوراک اطلاعات”， «مقایسه اجرای واقعی با استانداردهای از پیش تعیین شده» و سرانجام «تعیین انحرافات احتمالی و سننیش آرزوی آنها بر روی اجرایی که در بر گیرنده حداکثر کارایی است.» (1)
در واقع نظرات و کنترل مقایسه بین یا دیگر (یعنی آنچه در برنامه ریزی پیش بینی شده) و مستحکم (یعنی آنچه انجام شده) را انجام می دهد و این مقایسه است که خود تأکیدی بر دانش و مستمر بودن کنترل و نظرات به شمار می رود.

۲/۱. ضرورت و اهمیت نظرات در فعالیت ها و امور فرهنگی
تمامی موضوعات مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی با دارا بودن ویژگی های خاص خود در هر سازمان مورد نظرات قرار می گیرند تا به سمت اهداف مطابق سوق داده شود. اما با نگاهی اجمالی متوجه می شویم که میزان حساسیت نظرات بر امر تولید محصولات اقتصادی به مراتب کمتر از محصولات فرهنگی است؛ چرا که محصولات فرهنگی هم از بیچگی و تنواع خاصی برخوردارند و هم به دلیل اهمیت بالای فرهنگ و امور فرهنگی، کنترل و نظارت آنها ضروری و ویژه این می باشد. شاید مناسب باشد در خصوص اهمیت بالای فرهنگ به این سخن ارزشمند امام خمینی (ره) توجه شود که: «بیشک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت مر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه هر و موجودیت آن جامعه را تشکیل می دهد، با احراز فرهنگ، هر چقدر هم که جامعه ای در ابعاد اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند باشد، باز پوج و پوک و میان ته است. اگر فرهنگ جامعه ای وابسته و مربوط از فرهنگ مخالف باشد به ناچار دیگر ابعاد آن جامعه نیز به جانب مخالف گراشیده می شود و بالاخره در آن مستقل می شوند و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می دهند. استقلال و موجودیت هر جامعه از استقلال فرهنگ آن نشته می گیرد.» (۷/۸/۱۳۹۲)

از بیانات ایشان دو نکته اساسی به دست می آید:

۱. تغییر و انحراف در فرهنگ، تدريجی و خزنده است؛ به گونه ای که بسیاری (حتی برخی نخگان جامعه) را به اشتباه خواهد انتخاب.

۲. تغییر و انحراف در فرهنگ یک جامعه، ملکه ترین نمای برای سعادت یک گروه محسوب می شود و لذا به دلیل اهمیت والای فرهنگ و حساسیت ویژه آن، نظرات بر امور فرهنگی نیز اهمیت ویژه‌ای می یابد.
3/1. ضرورت نظارت بر محصولات رسانه‌ای (صدای و سیما)

از آنجا که محصولات رسانه‌ای به ویژه تولیدات صدا و سیما از بین سو سازه‌های تأثیرگذاران از این نظر در فرهنگسازی و تغییر افکار و دفکت‌ها و پنهان‌های فرهنگی موثر هستند، باید در این زمینه توجه و پیگیری دقیق و کاملی به عمل آورده شود. برای ایجاد نظارت و کنترل موثر در سازمان‌ها و بهبود نمودن سیستم نظارت و ارتقای سطح

ضرورت فعالیت‌ها و محصولات ارژیابی فراوانی ضروری است تا مبنای نظارتی دقیق‌تر و کارآمدتر باشد.

3. ارزیابی و رسانه

2/1. تعریف و ضرورت ارزیابی

گفتگوی می‌شود که سیستم ارزیابی که قدمت تاریخی بشری و تبدیل انسانی به ورود در تکنیک پدیده‌های طبیعی و غیر آن، قابل اعتماد است. به طور کلی، هر پدیده‌ای را می‌توان از دریچه‌های متعدد، با شخصیت‌های مختلف و از طریق مفاهیم گوناگون ارزیابی قرار داد. کلمه ارزیابی که مخفف کلمه ارزیابی است در فرهنگ لغت به معنای "عمل بافتند ارشف به هر چیز"(1)، بسنجش و بررسی

حدود و برآورد کردن ارزش آن و... است.

ارزیابی دستاوردها و محصولات هر سازمان و یا با عبارت دیگر، تجزیه و تحلیل اطلاعات به منظور پی بردن به علت موفقت یا شکست یک سازمان همواره مورد نظارت برنامه‌ریزی اجتماعی بوده است: اما امروزه، کاستردرک و فکاکری دانسته آن بسیار بیشتر از گذشته شده است.

محصول داشتن یک نظام ارزیابی را در برنامه‌ریزی برای توسعت نظام‌های فرهنگی و آموزشی مه و ضروری تلقی می‌کنند؛ زیرا رشد و تکامل یک نظام فرهنگی، مستلزم اطلاع از میزان کنار آمدن آن نظام و برنامه‌ریزی برای بهبود اقدامات در جهت احترام هدف‌های مورد نظر است. از آنجا که ارزیابی نقص یک آینه‌ی برای نظام مزبور است، که با استفاده از آن، تصمیمات لازم را در

جهت بهبود و پیشرفت فعالیت‌ها برای نیل به پازده‌هی مورد نظارت اتخاذ کنند(1).
ضرورت و اهمیت ارزیابی در فعالیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای
همان‌گونه که گذشت، محصولات فرهنگی در مقایسه با دیگر محصولات به دلیل پیچیدگی، کستردنگی و تنوع از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند و ارزیابی این گونه محصولات با توجه به شرایط خاص و تأثیرات عویق آنها بر گرایش‌ها، تمایلات و رفتار جامعه تلاش مضاعفی را می‌طلبد.

ضرورت ارزیابی محصولات رسانه‌ای (صدای سیما)
با توجه به نقش حساس و حیاتی رسانه‌ای صدا و سیما در ارتقای سطح فرهنگ و انتظارات یک جامعه و تأثیر آن بر اقتدار مختلف اجتماعی، سنجش و ارزیابی صحیح و دقیق برنامه‌ها را باید در صدر کارها و فعالیت‌های این رسانه قرار داد.
هدف از ارزیابی برنامه‌های یک مجموعه رسانه‌ای این است که از طریق پرسو و تجزیه و تحلیل آنها بتواند به سمت معیارهای مصوب کیفیت برنامه‌ها گام بردارد و عوامل تعیین‌کننده ارتقای کیفی را مورد شناسایی قرار دهد. همچنین باید با ابداع شیوه‌های نوین به ارتقای سطح درک مجازیان برنامه و مخاطبان آن کمک کرد.
به طور کلی ارزیابی برنامه‌ها، غیر از آنکه امری روزگاره به عنوان شاخصی علمی با روش‌ها و معیارهای شناخته شده، به سرعت رشد و توسعه یافته است، در مجموع فعالیت پیچیده و پرخورته به شمار می‌رود که باید به شکل دقیق و با روش‌های صحیح که شريک‌نپذیر و یا تا حد امکان به دور از کمترین میزان خطای باشند، انجام گیرد. بنابراین بهره‌گیری از یک روش علمی و کارآمد با کمترین میزان خطای امری ضروری است.
یکی از مهم‌ترین روش‌های ارزیابی برنامه‌ها، روش تحلیل محتملاً یعنی دستیابی به گرایش‌ها و سمت و سوی محتوای ارائه شده (پیامها) است. این موضوع (تحلیل محتملاً) در بخش‌های بعدی این مقاله بررسی خواهد شد. به طور اجمالی، ارزیابی برنامه در سه سطح: ارزیابی طرح و برنامه، ارزیابی تولید و تأمین برنامه و ارزیابی پخش برنامه صورت می‌گیرد.
4/2. موانع ارزیابی

با توجه به آنچه در تشريح فرایند ارزیابی بیان شد، می‌توان گفت: با ارزیابی، فعالیت‌های سازمانی، مطالعه و ارزیابی گذاری می‌شود و سطح مربوط به فعالیت‌ها و محققنات ارتقای می‌یابد. اما ارزیابی به‌همه و مناسب، خود به شناسایی و پیش‌بینی صحیح نیازمند است. ملاهو بر این، ارزیابی در هر یک از شکل‌های خود (مرحله‌ای، تحلیلی، کمپیوتری) فرآیندی پیچیده است که مشکلاتی از قبیل: تعیین معیار و ارزیابی، انحراف از معیارهای تعیین شده، اشتباهات سیلیقایی تفاوت به ارفاق و یا ساختارهای کارآمد، توسعه به ارزیابی‌های متوسط ناگفته، انتظارات و باورهای فرهنگی مشخص ارزیابی، تأثیر رفتارهای عاطفی، خودسنجشی، صنعتی و... را به دنبال دارد. برای موفقیت بیشتر در ارزیابی و رفع موانع فوق و یا تبدیل آنها به مقدورات، روش تحلیل محتماً به عنوان یکی از روش‌های علمی تحقیق می‌تواند مفید واقع شود.

3. تحلیل محتماً

3/1. ضرورت و اهمیت تحلیل محتماً

از آنجا که انقلاب شکوه‌مند اسلامی داعی‌دار مدلی جدید مبنی بر ارزیابی حرفه‌الهی در کلیه شنون سیاسی، فرهنگی و اقتصادی است، پس از انقلاب و دگرگونی‌های ایجاد شده در ارزیابی اجتماعی، ارزیابی محتماً محرک مصرف‌های ایرانی، و فرهنگی با روشی کارآمد همچون تحلیل محتماً امری مسلم منی‌اید. چرا که اولاً برنامه‌ها معمل مجموعه‌ای از پیام‌های متعدد می‌شود که ابتکار سازندگان به هم باید و ثانیاً که پیام‌ها اکثریت نشده و برخی از آنها پنهان‌شده. با این توضیح، لازم تجزیه و تحلیل پیام‌های موجود در برنامه‌ها و برخی از دو و نیکی نیستند یا قابل محسوسین به‌طور مشابه تغییری و تفاوت‌های آن به خوبی روش به‌شنود.

از سوی دیگر، در گستره علوم اجتماعی و ارتباطی، تحلیل محتماً یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین ابزار تحقیق شناخته می‌شود که در شناخت و تجزیه و تحلیل محصولات و محتمای ارتباطی به‌عنی "پیام" در هر شکل آن، کاربرد دارد. البته به کارگیری هر چه مبتنی این روش در گروه شناخت قابلیتهای و بروز مشکلات انجام این نوع از پژوهش‌های است.

2/2. تعاریف و واژگی‌های تحلیل محتماً

تحلیل محتماً به عنوان روشی معرفی می‌شود که آن را می‌توان در انواع گوناگون پیام‌های متدر در آثار ادبی، مقاله‌های روزنامه‌ها، استادی رسمی، خطابه‌ها، اعلامیه‌های سیاسی و... به کار بست.
واژه‌ای که در این پیام‌ها به گونه‌ای می‌روند، مباحث اطلاعاتی هستند که بر مبنای آنها محققین وکوشیده شده‌اند.

به شناختی جامع دست یابد و تفسیری عینی و خارج از مدار پیش‌داریها و تصویرات شخصی خود ارائه دهد. روش تحلیل محتوای هر گاه موضوع کار خود را ماده‌ای دقت و ناگفته قرار دهد، بهتر از هر روشهای تحقیق دیگری اجرا می‌شود. هدف تحقیق ابتکاری که معمولاً به آسانی جمع نمی‌شود به شیوه‌های مختلفی پرآورده شود.

در بررسی تحلیل محتوا، تعاریف علمی مختلفی بررسی شده است که ساده‌ترین آن عبارت است از: "در این روش، پیام‌های طرح شده در یک برنامه، در مقوله‌های خاصی دست‌بندی می‌شوند. هر یک از آنها تعیین می‌شود و شماره یا گذی به آنها اختصاص می‌باید؛ اطلاعات به دست آمده در جداولی جمع می‌شود و با استفاده از روشهای آماری (عمدتاً درصدگیری) تحلیل می‌شوند." (2)

برای روش تحلیل محتوای به ویژگی اساسی عنوان‌ها است که آن را از تحلیل توقیف نقد ادبی یا هنری متمایز می‌کند:

1. عیینت داستان‌گذار واقع‌گرای بودن;
2. نظام‌بندی بودن؛ بدنی معمولاً مقوله‌ها و محورهای مورد بحث از یک نظیر منطقی برخورد باشند.
3. چک‌بودن؛ به این اساس، استفاده از فن تحلیل یا تجزیه محتوایی می‌تواند فرکانس نمادها، گروه نمادها، گروه‌های پیش‌نهایدی و ارزش‌پذیری‌ها آشکار و پنهان موجود در پیام‌ها و برنامه‌ها را برجسته کند و توصیف عینی و کمی محتوای ارتباطات را ارائه دهد.

2/3 انواع تحلیل محتوا

روش تحلیل محتوای از جهات مختلف، انواع و اشکال متعددی دارد. در یک دسته‌بندی، این روش به کمی و کیفی تقسیم می‌شود. در روش کمی، تعداد ویژای اطلاعات مختصر به صورت توصیفی و در روش کیفی، تعداد کمی اطلاعات مرکب، مفصل به صورت شرایطی تحلیل می‌شود که در این زمینه، آشنایی کافی با نظریه‌های جامعه‌شناسی و جهان‌پری خاصی آن مجموعه امری ضروری است.

از منظر دیگر تحلیل محتوا را در اشکال زیر طبقه‌بندی می‌کنند:

1. "تحلیل محتوای توصیفی" که ساده‌ترین شکل تحلیل محتوایی است، یک روش تحلیلی به‌طور کلی است. است: برای توصیف کمی محتوایی بارز یک متین.
۲. تحلیل محتوای استنباطی که در آن مشخص‌های خاصی از یک متن با مشخص‌های خاصی از مضمون یا وضعیت اجتماعی مرتبط مسئول و هدف، نتیجه که از محتوای یک متن یا برنامه در مورد جنبه‌هایی از واقعیت اجتماعی است. در این نوع تحلیل، تحلیل کیفی به کتی اضافه می‌شود.

۳. تحلیل محتوای ارتباطی که تمامی مسیر یک ارتباط واقعی را تحلیل می‌کند و ابعاد فراورده ارتباط را با علائم کلامی و غیرکلامی موجود در فراورده، مورد نظر قرار می‌دهد. گفتگوی مسوده این نوع تحلیل که جامع‌ترین و در عین حال بحث‌گزین‌ترین شکل تحلیل محتوای است. (۴)

نمودار تحلیل محتوای ارتباطی

۴/۲۴. مراحل تحلیل محتوا متناسب با نوع تحلیل محتوا، مراحل متعددی را برای آن بیان می‌کند، اما مراحلی که عموماً برای تحلیل محتوای ارتباطی طرح شده است، موارد زیر را شامل می‌شود:

۱. تنظیم پرسشنامه و یا فرضیه مورد تحقق بر اساس اهداف مشخص سازمان؛ ایده آل‌ها و مطلوبیت‌های جامعه؛
۲. بررسی مواد یا رمز‌گذاری؛ فراورده است که از طریق آن اطلاعات خام موجود در پیام به صورت منظم در واحدهایی که امکان توصیف دقیق محتوا را فراهم می‌آورد قرار می‌گیرد. از آن جمله
دریافت واحد تحلیل و مقله‌سازی برندهای تحلیل اشاره کرد.

2. پردازش نتایج: بر اساس نتایج آماری فوق، محقق در نهایت به شناخت و بررسی ساختمان محورها یا خطوط اصلی یک برنامه دست می‌یابد. این مرحله به شیوه‌های دستی و رایانه‌ای مختلف انجام می‌پذیرد.

کاربردهای تحلیل محتوا

برای روش تحلیل محتوا کاربردهای زیادی بر شماره‌اند. از جمله اینکه آن را می‌توان در انواع ارتباطات کلامی و غیرکلامی (مانند نوشته‌ها، برنامه‌های تلویزیونی یا رادیویی، فیلم‌ها، گزارش مصاحبه‌ها، پیام‌های الکترونیکی و...) به کار بست. از لحاظ هدف‌های تحقیق، نیز یک کاربردی‌تر تحلیل محتوا در موارد زیر عنوان شده است:

1. تحلیل منطقی کارکردی‌ها بر مبنای استاد و مدارکی که تولید می‌کنند.
2. مطالعه تولیدات فرهنگی و هنری.
3. تحلیل فراورده‌های پخش و فراغت‌بردای (مانند کتاب‌های درسی، دیالوگ‌ها و...).
4. تحلیل راهبردها، داوری‌ها و وضعیت تعارض آمیز، مولفه‌های یک وضعیت مسئله‌ساز، واکنش‌های پنهان یک تصمیم، موانع یک تدبر و...
5. بازاریابی و افق‌های غیرمادی گذشته، دنباله‌های، علائق و...

کاربردهای تحلیل محتوا

برای روش تحلیل محتوا برخی چهار مزیت عمده‌ای بر شماره‌اند:

1. همه روش‌های تحلیل محتوا برای مطالعه آنچه در نگاه اول دیده نمی‌شود و بیشتر جنبه تلویزیونی و نهفته دارد، مناسب هستند.
2. روش تحلیل محتوا، محقق را مجبور می‌کند از تفسیرهای آنی و نسنجیده، به ویژه تفسیرهای آنی خودش فاصله بگیرد.
3. نظر به اینکه محتوا بر روی استاد (معمولاً مکتوب یا مصور) انجام می‌گیرد، فرصت بازی‌بینی کارهای گذشته تحقیق همیشه وجود دارد.
4. بسیاری از روش‌های تحلیل محتوا به شیوه‌های منطقی و انتزاعی ساخته شده‌اند بدون آنکه به عمق کار تحقیق یا به ابتکار عمل و خلاصت محقق لطمه‌ای وارد کنند.
جمع بندی
با توجه به وظایف‌های خاصی و مهم مدیران در امر نظارت و ارزیابی، بررسی محتوای فعالیت‌های این سازمان‌های یک قابل بررسی بر روی سیاست‌های و مفهوم «تحليل محتوای» که یکی از روشهای تحقیق در متن‌‌انبه، برناامه‌ها و است لازم به نظر می‌رسد. روش‌ها و دستاوردهای این مقوله تحقیق‌ی در حد باندهای روزها، شده است. حال بنا برای این توجه به تجربی و تجربی، انتارا، مراحل، قابل‌رها، مزایا و محدودیت‌ها و موانعی که در مورد تحلیل محتوا، توضیح داده شد متون گفت: تحلیل محتوا و روشهای مناسب و کارآمد در ارزیابی برناامه‌های است. هر چند که تاکنون از تمام قابل‌های آن در مطالعات محتوایی برناامه‌ها استفاده نشده است و به لحاظ کمی و کیفی هنوز نتوانسته یا یا انتخابی که موجب شده است که به لحاظ کیفی نیز پژوهش‌های انجام شده بخش نظر به سطح توصیف و چهره‌های محدود به تبعین سهم زمانی قابل و موضوع برناامه‌ها شوند. در واکنش تحلیل محتوا هنوز در حد یک «نتیجه‌ی باقی مانده است و هنوز در تجزیه و تحلیل مراحل مختلف تولید و پخش برناامه به کار گرفته نمی‌شود. چرا که عمل ای آن ارزیابی بعد از پخش برناامه‌ها محدود شده است. تحلیل محتوا هنگامی می‌تواند جایگاه خود را بیان که اولی سطح پژوهش‌ها از توصیفی به استنباطی و ارتباطی ارتباطی رابطه و ثانوی پژوهش‌ها تنبه‌ای بعد از پخش برناامه‌ها انجام گیرد. این امر مستلزم تحلیل محتوای مرتفع شود.
بنابر خصوصیات تحلیل محتمل می‌توان اذعان داشت که تأثیرات کنترل و ارزش‌پذیری همگامی با موفقیت به انجام خواهد کرد که این روشه به خوبی به کار گرفته شود و چاپگاه و سهم تأثیر آن در امر نظره و ارزیابی مورد توجه قرار گیرد.

پی نوشت‌ها

1. رضاییان‌خان، علی، «اصول مدیریت»، انتشارات دانشگاه میرداماد تهران، ۱۳۷۲، ص ۷۲.
2. همان، ص ۲۳۹-۲۴۷.
3. معین، محمد، «فرهنگ فارسی»، ج ۱، ص ۱۹۹.
4. نویدی اسلامی، «کلیاتی درباره ارزیابی»، فصلنامه پیام مدیران، شماره ۴، ص ۱۷.
5. همان، ص ۷۱.
6. ریمون کیوی، «روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی»، انتشارات فرهنگ معاصر، ۱۳۷۲، ص ۲۳۲.
7. همان منبع، شماره ۴، ص ۱۲۴.
8. همان منبع، شماره ۴، ص ۲۷.
9. برمکی، جزوه روش تحقیق در رشته مدیریت، ص ۱۲۲.

همچنین رکه به:

- برپایی، «روش‌های تحقیق در رشته مدیریت»، انتشارات اموزش عالی قم، [۱۳۷۴].
- ساروخانی‌باقری، «روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی»، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۷۷.
- ال‌آراهولستی، «تحلیل محتمل در علوم اجتماعی و انسانی»، ترجمه دکتر نادر سالارزاده امیری، دانشگاه علوم اطاقسپانی، ۱۳۷۲.
- «روش‌های تحقیق»، دفتر فرهنگستان علوم اسلامی قم، [۱۳۷۱].
نظرات و ارزیابی در فرآیند برنامه‌سازی

ابوالحسن قاسمی
عضو هیئت علمی دانشکده صدا و سیما

اسکاره
بدون شک ساخت یک مجموعه تلویزیونی نیاز به بستری مناسب برای تولید برنامه دارد که می‌توان آن را فرآیند تولید نامید. هدف از طراحی این فرآیند تولید کالایی فرهنگی است که بر اساس اهداف تعیین‌شده برنامه بسازد. این با ایجاد استانداردهای موجود تولید محصول در اینجا برنامه تلویزیونی مطابقت داشته باشد. از دیگر سو در این فرآیند، این شیوه‌های اولیه همچون میزان پاسخگویی به اهداف کمی و کیفی تولید برنامه و استفاده بهینه از منابع انسانی، مالی و فنی، نوع مخاطبان، محتوای مضمون، شکل یا قالب برنامه‌ها و موارد نظیر آن نیز به عنوان منابع اصلی و عمده تخصیص کلیه امکانات فنی تلقی می‌شوند.

در جریان تولید برنامه، از مرحله تأیید طرح اولیه، تصویب مضمون و دحوا و برگزاری جلسات برآوردهنده فنی و مالی تا هنگام پخش از آن‌ها، مجاری و بستری‌های کمی و کیفی متعددی وجود دارد؛ اما آیا در تمام این گذرگاه‌ها کنترل کیفیت و کیست نیز صورت می‌گیرد؟ آیا وظایف تعریف شده و استانداردهای برای این کنترل‌ها تدوین شده است؟ متأسفانه در اکثر قریب به
اتفاق موارد، در فاصله بین تصویب برنامه و پخش آن، خلاه‌های نظارت و کنترل به خودی‌نمایان است.
هدف از ارائه این مقاله، تأکید بر نظرارت، پیگیری در نظرارت و هدایت برنامه از مرحله تجوزیب تا پخش آن از آناتی است. ضمن آنکه کوشش شده است راهکارهایی ارائه شود که با تکیه بر آنها بتون چارچوب اولیه نگرش می‌سپرسد. به فرآیند تولید برنامه را مدون، تجزیه و تحلیل و معین ساخت.

ضرورت ارزیابی و کنترل
ارزیابی مرحله‌ای از فرآیند برنامه‌سازی است که در آن مدیران عالی سعی دارند از اجرای صحیح برنامه‌سازی داده شده و بر آنها بهره‌مند سازمان اطمینان یابند.
ارزیابی مراحل ساخت برنامه‌های تولیدی، بايد یک فرآیند مستمر بوده و توانایی انتقال خواسته‌ها و سفارش‌های گروه‌های برنامه‌ساز را به سازندگان داشته باشد. همچنین باید بتواند ضرایب‌ها و چگونگی حزیج گروه برنامه‌ساز را با مدیران انتقال داده و با خودر این ارتباط را مجدداً به گروه برنامه‌ساز منتقل کند.

فرآیند از سفارش تا تولید برنامه و نقش واحد ارزیابی و کنترل عملکرد
بنابراین ارزیابی برنامه‌ها، بیشتر یک فرآیند قابل اتصال‌دری و پیش‌بینی است تا تک عمل صرف

نمنی. به عبارت دیگر، فرآیند سفارش برنامه به تهیه کنند و تولید برنامه توسط گروه تولید، شامل ۲ مرحله اساسی است:

- تنظیم و تدوین خط مشی‌ها و اهداف
- اجرای آنها
- ارزیابی و کنترل
با داشتن سیستم ارزیابی و کنترل می‌توان انحراف برنامه را از اهداف به دست آورد و کویرش
لازم برای اصلاح آن را بر طبق شرایط، اعمال کرد. فرآیند ارزیابی به طور کلی چهار فعالیت مرتب
را شامل می‌شود:
الف - تعیین اهداف عملکردی و حدود تغییرات مجاز این اهداف و برنامه‌های اجرایی.
ب - آنالیز و باوری موثری مختصات فرآیند ساخت در زمان‌های معین و استی تعبیه شده.
ج - تجزیه و تحلیل انحرافات عملکرد کروه تولید برنامه از پیش‌بینی‌ها و توقعات سفارش‌دهنده.
د - اصلاح و یا تغییر و هدایت برنامه و تنظیم جهت حفظ آن با نیازها و اهداف سفارش‌دهنده.

معیارهای ارزیابی

تعریف و آنالیزگیری معیارهای ارزیابی بسیار پیچیده و انتخاب آنها بسیار دشوار است اما به
هر حال هم‌های معیارها به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند:
- معیارهای کمی
- معیارهای کیفی

بنابر شکل، قابل و ساختار برنامه‌ها، زیرمجموعه‌های هر یک از دو معیار کمی و کیفی متغیر
است. همچنین می‌توانیم به منظور بررسی تاثیر فرآیند ارزیابی، فهرستی از عوامل و متغیرهای
موثر در ساخت برنامه، تولید ساخته، اهداف سفارش‌دهنده و انتقال روشنی شکل و محصول به
سازنده تهیه کرده و سپس برنامه را با آن مقایسه كنیم و یا این که مجموعه توقعات مدیران از
سیستم ارزیابی را تدوین کرده و آنها نسبت به تعیین حوزه ارزیابی اقدام کنیم.

به هر حال یک سیستم ارزیابی با یک بتواند نقش و موثری خود را قبل از اجرای ارزیابی به
درستی بشناسد و آینده بداند که به دنبال پایان چه سوالاتی باشد و چه مسئالی را بپیگیری نکند.

سوالاتی نظری:

۱ - آیا سیستم ارزیابی به طراحی و سفارش‌دهنده برنامه کمک می‌کند تا اهداف خود را از
ساخت برنامه به نحو مؤثرتری دنبال کند یا خیر؟
۲ - آیا ارزیابی تعهد متقابلی را بین طراح برنامه و مسئول سفارش‌دهنده ایجاد می‌کند؟ به بیان
روش‌نری، آیا به دو سوی تولید برنامه یعنی مدیران سفارش‌دهنده و تهیه کننده‌گان برنامه‌سازی اعتقاد
مشترکی به سیستم ارزیابی دارند؟ (زیرا اگر اعتقادات برای ارزیابی مستمر وجود نداشته باشد، هر چیز
سیستم ارزیابی موثر نخواهد بود).
۳- آیا سیستم ارزیابیٔ اطلاعات کافی‌رفته‌ای برای یافتن اعتبار لازم در انتخاب دارد؟
۳- آیا موقعیت به اندازه‌بندی کافی‌رفته‌ای ارزیابی است؟
۵- آیا فرایند ارزیابی قبل از اجرای توسعه روش‌های آگاهی‌کننده و استاندارد، آزمایش‌شده است و آیا این روش‌ها مورد تایید قابل استفاده است؟
۶- آیا فرایند طراحی شده ارزیابی، قابل اجرا است؟
۷- آیا سیستم ارزیابی، شرایط بحرانی، اولویت‌ها، انتخاب‌های ناگزیر و یا اصلی را معنی‌کرده است؟
۸- آیا سیستم ارزیابی موجب تکمیل مدیریت می‌شود؟
۹- آیا سیستم ارزیابی با توجه به سبک و نوع مدیریت قابلیت اطمینان و اعمال نرسش احتمالی را دارد؟ (ضریب نوسان خواسته‌ها و بایده‌ها).
۱۰- آیا سیستم ارزیابی جزئی از تاریخچه سازمان شده است؟

بنابراین می‌توان گفت، ارزیابی به‌جای این که یک عمل بهجه‌بندی و اجباری جلوه کند، باید به عنوان سبک ونگی سازمان پذیرفته شود. ارزیابی باید در فرآیند رسیدگی و غیررسیدگی سازمان به صورت یک امر طبیعی درآید تا مدیران سطوح مختلف بتوانند با تشخیص تقدیم‌ها تصمیمات‌‌الزامی اتخاذ کنند و به این ترتیب کارایی و بازده سازمان را افزایش دهند. این اقدام می‌تواند به تدریج روى دهد به شرط آنکه اعتقاد مدیران نسبت به آن استوار باشد.

عوامل مورد ارزیابی در عملکرد برنامه‌سازان درباره چگونگی تأثیر بخشی عملکرد فعالی برنامه‌سازان، توجه به مراحل زیر ضروری به نظر می‌رسد:

الف - توانایی (دانش‌ها و مهارت‌ها)

منظر از توانایی، دانش و مهارت دست‌اندرکاران برنامه، است که منجر به انجام موفقیت‌آمیز تعهدات بیشترین می‌شود. توانایی مورد نظر می‌تواند حاصل یک از دو عامل زیر و یا ترکیب هر دو باشد:
داستان: که عبارت است از مجموعه تعلیمات آکادمیک، کارآموزی‌های رسمی و غیررسمی که تکمیل اصولی امر تهیه برنامه را سهل می‌کند.

تجربه: که عبارت است از تجربه کاری قبلی که به تکمیل موفقیت‌آمیز مرحله تولید برنامه کمک می‌کند.

نکته اساسی و مورد نظر ارزیابی در این مرحله، پاسخ به این سوال است: «آیا این شخص دانش و مهارت‌های لازم برای تهیه و تکمیل موفقیت‌آمیز ساخت برنامه را دارد یا خیر؟»

در صورتی که در تنظیمات فرد اشکالی وجود داشته باشد راهحل‌های ارائه شده شامل این موارد است: کارآموزی خاص، آموزش، دوره‌های آموزشی رسمی و اجراج مجدد وظایف و مسئولیت‌های مورد نظر.

Clarity

ب - وضوح (درک یا تمایز روش نقش)

وضوح، به درک و پذیرش مسئولیت مورد نظر سفارش دهنده و چگونگی انجام آن، اطلاق می‌شود. برای آنکه گروه به تهیه و تولید درک کاملی از مسئولیت‌های خود در عینی ساختن مضمون و محتوای خواسته شده داشته باشند، باید مقاصد و اهداف عمده، نحوه رسیدن به این مقاصد و اولویت‌های مورد نظر را به وضوح بشناسند.

وجود مشکل در وضوح یا درک، نشان دهنده آن است که در مرحله عملکرد و طراحی نیز، مشکل وجود دارد. در بسیاری از موارد توافق بر سر اهداف کافی نیست. مدیران باید اطمینان بایدند که همه اهداف، راهبردها و سیاست‌های عمده به روشنی و به گونه‌ای رسمی، ثابت و ضبط شده‌اند و در تمام مراحل ساخت و تهیه برنامه به عنوان الگوی مورد توافق قابل دسترسی هستند.

Help

پ - کمک (حمايت سازمان)

اصطلال کمک در مورد حمایت سازمان به کار می‌رود که کروه تهیه به منظور عینی ساختن تعهدات مکتوب به آن نیاز دارد. برخی از عوامل حمایت سازمانی شامل این موارد است. بودجه، وسایل و تجهیزات مورد نیاز، حمایت لازم از جانب عوامل دیگر و در اختیار گذاردن منابع انسانی مورد نیاز برنامه.
ت - انگیزه

اصطلاح انگیزه که مربوط به مستلزمیت گروه تنهیه و تولید برنامه است به انگیزه لازم برای کامل کردن تکلیف خاص مورد توافق سفارش دهنده (مدیر یا گروه برنامه‌ساز) و به نحوی که اطلاعات در آرزویی‌های انجام‌شده، به کمک فراورده و سفارش دهنده نبیا و فراموش کردن که آن لحاظ روان‌شناختی، کاهش داشته می‌رود. مورد از ارزیابی انگیزه‌ها و تأثیر آن بر عملکرد نشان می‌دهد که مدیران گاهی باید به روش تشخیص دهند که مهمی از سیستم کلی انگیزش به شمار آید.

Evaluation

ب - ارزیابی

ارزیابی به بایوزور روزانه عملکرد و موردهای گاه به گاه گفته می‌شود. روند بایوزور مناسب به گروه سفارش دهنده اجازه می‌دهد که پیوسته از صندوق انجام کار مطمئن باشند. اگر اشخاص از مشکلات عملکرد خود به دلیل خویش اگاه نباشند، انتظار بهبود عملکرد، به انتظار زیاد واقع گرایانه تبدیل می‌شود. گروه تنهیه و تولید پیشرفت از آنکه مورد ارزیابی دوره‌ای و رسمی قرار گیرند، با آن‌ها ارزیابی‌های جریانی و تغییر‌رسی درباره خویش مطلع باشند. بسیاری از مشکلات عملکرد از فقیدان آموزش لازم در مورد جریان مرتب بازخور آن ناشی می‌شود.

وجود مشکل ارزیابی نشان دهنده آن است که در بازخور روزانه عملکرد بهبود، به صورت گروهی تولید، کمبود وجود دارد. بسیاری از مدیران اخبار به را مورد تأکید قرار می‌دهد اما هنگامی که امروز به خویش صورت می‌گیرد، تشخیص و بازشناختی و مطرح کردن آن را از یاد می‌بند. بازشناختی
عملی که به خویش انجام گرفته است، بخشی حیاتی از روند پیوسته ارزیابی و عاملی است که موجب افزایش انگیزش می‌شود و برای سازمان هم خرگ زیادی ندارد.

یکی از شیوه‌هایی که به تشخیص نکات افراد و تفکر آنها کمک می‌کند، روند «حادیث قابل توجه» است که شامل تهیه دلایل و مدارک رسمی برای عملکرد بسیار مثبت و بسیار منفی است. این روند تضمین می‌کند که گروه تهیه و تولید بايد به بازخوری‌هایی که جزئی از حد نصاب رسمی محسوب می‌شود، بررسی شود.

ج - محیط

اصطلاح محیط به آن دسته از عوامل خارجی گفته می‌شود که حتی با وجود در اختیار داشتن تمامی توانایی، وضوح، حمایت و انجام‌های لازم، باز هم می‌توانند بر عملکرد گروه تأثیر بگذارند. اگر مشکل محیطی از قدرت اختیار گروه برنامه‌سازی خارج باشد دیگر نباید به عملکرد آنان پاداش داد و یا تنظیم‌کننده کرد.

به طور کلی مراحل ارائه شده در بالا، الگوی فرایند کنتیول، نظارت و هدایت را در تولید برنامه‌های تلویزیونی، تشکیل می‌دهند. این الگو، تحلیل روش‌نامه‌های عملکرد گروه تهیه و تولید و در اختیار مدیران قرار می‌دهد. علاوه بر این، تعیین موقعیت‌هایی نیز که می‌توانند به عنوان شاخه‌ای مورد ارزیابی قرار گیرند، خود عامل مؤثر در ارتقای نظارت و کنترل برنامه‌های محسوب می‌شود. بنابراین، اهداف سود نظر در ساخت برنامه، بايد در تمام سیستم‌های پخش از تولید، تولید و پس از تولید قابل ارزیابی باشد.

برای سیاست‌های اهداف این روش تا حدودی ساده است اما برای برخی از فعالیتهای، اصل اندازه‌گیری کردن هدف‌ها کاری می‌کند ساده‌ای نیست. یکی از راه‌حل‌های تعیین اهداف، راه حل کیفی است که در برگیرنده شاخه‌هایی از فعالیت‌های مورد نظر است که آنها را می‌توان در یک زمان معین به انجام رساند.

حال به تشريح بیشتر مراحل ارزیابی و نظارت بر پیشرفت عملکرد گروه برنامه‌ساز و ملاک‌های روند و فرآیند کنتیول می‌پردازیم:

۱- شناسایی دقیق

به خاطر داشتن این مطلب که در سیاست‌های دقیق یکی از مقوله‌های عملکرد و پیشرفت، بايد توانایی انداره‌گیری پیشرفت آن مقوله را داشته باشیم، اهمیت بسیاری دارد. به عبارت دیگر، بايد بتوانیم عملکرد را مشاهده کرده و مقدار آن را انداره‌گیری کنیم. بنابراین، کلیدی‌ترین کله‌های انداره‌گیری در
بسباری از سازمان‌ها عبارتند از: کمیت (تعداد)، کیفیت (درجه خوبی)، هزینه (مقدار پول)، سر وقت بودن (مطابق برنامه و یا جلوگیری و عقب بردن از آن) و میزان تغییر (تفاوت میان عملکرد حال و گذشته)

همچنین باید آنچه را که سطح معقول‌تر پیشرفته نام دارد تثبیت کرد. باید بررسی که سطح قابل توجه پیشرفته چقدر، هرچند وقت یک بار، تا چه موقع و چگونه است. کدام پیشرفته معقول‌تر و کدام قابل پذیرش است؟

2- اشکال اندازه‌گیری

اندازه‌گیری‌ها می‌توان به وسیله مشاهده، بررسی، مداخله و یا تحلیل گزارش‌ها و موارد ثبت شده انجام داد. اینکه کدام یک از اشکال اندازه‌گیری مناسب با روند تمایل برنامه تولیدی‌های است، به عوامل متعددی بستگی دارد که از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد: میزان دقت، آسان بودن جمع‌آوری داده‌ها و شیوه‌ای که آن دسته از اطلاعاتی را که از همه بیشتری به آنها نیاز داریم در انتخاب ارزیاب قرار می‌دهد. در ژئومتری اندازه‌گیری‌ها، موارد دیگری را نیز باشند به خاطر بسیاری مواردی مانند:

1- اندازه‌گیری‌هایی که به‌کار یادآوری کننده، درک آنها برای کسانی که مسئولیت آن را به عهده خواهند گرفت، آسان و ساده باشد.

2- اندازه‌گیری‌هایی که به‌کار برگزاری‌هایی که قابل استفاده باشند. اندازه‌گیری زمانی قابل استفاده است که بتواند آنچه را شما می‌گوید اندازه‌گیری کنید.

3- از اندازه‌گیری‌هایی که درست و بدون تقصیر استفاده کنید. اندازه‌گیری‌ها زمانی نادرست و همراه با تقصیر خواهد بود که در آری کنندگان اطلاعات، علاقه‌باشی بازده آنها داشته باشد و یا دارای ذهنیت‌گرایی و سیاسی بوده و بر اساس پیش‌فرض‌ها با نهاده شده باشد. به این ترتیب، ما اندازه‌گیری را زمانی بی‌طرفه قلمداد می‌کنیم که از طرف تمامی مشاهده کنندگان، قابل تایید باشد.

4- اندازه‌گیری‌ها را به گونه‌ای سازمان دهی می‌کنید که بتوانند عملکرد کوچک‌ترین واحد کاری را منعكس کنند.

با آنکه شاید در ابتدا چنین به نظر نرسد، تقریباً همه چیز را می‌توان اندازه‌گیری کرد.
۳- تعیین اولویت‌های موارد پیشرفت

هنگام شناسایی دقیق، احتمالاً به بیش از یک یا دو مورد قابل پیشرفت برمی‌خورند. شاید بهتر باشد فهرستی از مواردی که باید به اصلاح آنها پرداخته شود را و آن را به دو گروه تقسیم کنید. مواردی که به رسیدگی وزیر نیاز دارند (اولویت‌های طوراً اول) و مواردی که چندان وزارتی ندارند. خط مشی شما برای جداسازی می‌تواند مشابه یا مرتب‌سازی و مرتب‌سازی مشابه باشد. به طور خلاصه می‌توانید مراحلی شناسایی دقیق را به خصوص برای مدیران به این شرح دسته‌بندی کرد:

۱- مدیر را توانایی می‌سازد تا موقعیتی را که گروه بیشترین نیاز را به پیشرفت عملکرد در آن دارد ببیند و درک کند.

۲- به مدیر کمک می‌کند تا در مورد اندازه‌گیری مؤثر برای ارزیابی پیشرفت تصمیم بگیرد.

۳- مدیر را در انتخاب روزات اولویت‌های پیشرفت عملکرد باری می‌دهد.

۴- ثبت کردن پس از شناسایی جوزه عملکرد، نوت به مرحله بعدی علی‌رغم ثبت کردن می‌رسد. اولین گام در این مرحله، انجام کوشش است. دو قبلاً باشند و تعهدات بیش‌تر به تیم‌ها و به همکاری با تیم‌ها و سپس اختصاصی بودجه، امکانات فنی، زمان‌بندی، نیروی انسانی و سایر مواردی ضروری می‌گردد که در جلسه برآورده شوند. در مواردی، تهیه کننده موظف به اعمال آنها در فاصله زمانی دوره برنامه است. اگر مرحله‌ای به تمام خط شروع وجود نداشته باشد، ارزیابی پیشرفت‌ها با تغییرات با دشواری مواجه می‌شود. اطلاعات پیش‌بینی که خط شروع شما براساس آخرین اطلاعات باشد، خط شروع مبانی خواهید بود که داده‌های آینده بر اساس آن، به طور عادی و هم‌زمان با پیشرفت روند تولید برنامه، قابل پرورش و ارزیابی می‌شوند. به این ترتیب، داده‌هایی که در روند ارزیابی برنامه ثبت شده‌اند، پس از تطبیق با داده‌های خط شروع تطابق داده می‌شوند. ثبت کردن داده‌ها همچنین به ناظران و یا ارزیابان کیفی برنامه اجازه می‌دهد که روش‌هایی را برای صحبت به‌کننده بیشتر به مشکل شناسایی کنند و نظارت‌های را برای راه‌های به‌کننده دهند.

به منظور اندازه‌گیری اثرات مرحله ثبت داده‌ها و برای جمع‌آوری اطلاعات دقیق اطلاعات آنها هم‌زمان با ثبت اندازه‌گیری‌ها، توجه به این نکات نیز توصیه می‌شود:
۱- داده‌های حاصل از مشاهده خود را به صورت منظم و در فواصل کوتاه جمع‌آوری کنید و
اجازه ندهید بین زمان جمع‌آوری داده‌ها فاصله طولانی
می‌گیرد. چراکه در این صورت فرصت‌هایی لازم برای
تفسیر ارزیابی را یاد بزیر می‌کند.
سطح عملکرد تعیین کرده، مداوم
قابل قبول و عالی.
۲- داده‌ها را به طور پیوسته جمع‌آوری کنید. اگر
جامع‌آوری داده‌ها به وسیله یک نفر، در یک زمان معین، هر
مهیت یا هر ماه و به یک طریق صورت گیرد، حادثه‌ای با اشتیاق به دیدگاه خواهید رسید.
۳- داده‌هایی را جمع‌آوری کنید که تمامی جنبه‌های لازم برای اقدام مربوط به پیش‌رفت به‌هورزی
را در برگیرد. انتظار خلاصه فواید مرحله ثبت کردن از این قرار است:
۱- نقطه‌ای از صریح‌تری برای پیش‌رفت در اختیار مدیران قرار می‌دهد.
۲- فرصت‌هایی را برای تحسین پیش‌رفت آنی فراهم می‌آورد.
۴- مدیران را قادر سازد تا عملکرد را دریابی کنند و درباره جگنگی پیش‌رفت عملکرد تصمیم
بگیرند.
۴- به مدیران اجازه می‌دهد تا پایایی و اعتبار سنجش یا بهای بازده را بررسی کنند.
۵- به مدیران فرصت می‌دهد تا مرحله‌ی شناسایی دقیق را از نو ارزیابی کنند و به پالایش تصور
خود از مشکل بپردازند.
۵- دخالت دادن
بس از ثبت کردن به منظور ارائه عملکرد به مقوله مشخص شده، اوضاع برای دخالت دادن
دیگران فراهم می‌شود. در این مرحله، مدیران باید با استفاده از نظریات گروه کارشناسی به تجزیه و
تحليل و پالایش اطلاعات و ترسیم نقاط قوت و ضعف پر شده در دست ساخت اقدام کنند.
ما باید کارشناسان و مشاوران متخصص گروه خود را در کنار گزینه‌ها در دخالت دهیم. زیرا این
کفتگه‌ها ممکن است براساس بینش اعضای گروه یا کمک آنها پالایش شده و تعريف تازه‌ای پیدا کنند.
دخالت دادن یک روش در جایی به منظور تعیین معايیری است که اعضای گروه به آنها متعهد
خواهند بود. همچنین که برای رسیدن به بازده یا عملکرد مطلوب نیز انگیزه‌ها و راهبردهای
خلق‌سازی را به وجود خواهند آورد (نگاه جدید).
پس از رساندن اطلاعات به گروه کارشناسی، گروه باید هم و غم خود را صرف تعيين معياريه‌ای عملکرد کنند. معياريه‌ای عملکرد آزمایشی یا که در مرحله شناسایی دقيق، تبت کردن از گروه خود در ميان بگذرد. با اظهار این نظريات تندرین شده خود، همان هستند، چند گروه باید از آنها حمایت کنند و با آنها توافق داشته باشند. به همين علت تدوين معياريه‌های معقول به كمک گروه از همکاری بالايی برخوردار است. معياريه‌ها را بايد برای سطح عملکرد تعيين کرد، حداکلي، قابل قبول و عالي. برای اينكه دورنيم اين سطح را به سطح اوبره و بتوانيد بر متغيرهای معقول برائ هر يک از آنها به ترتيب به‌سرد، معياريه‌گري كنند، به‌منظور توليد برتاريمات و توانائيي هاي افرادي، را كه درکرده اين مسئله‌اند مورد توجه قرار دهيد. اگر گروه بآپ به تدوين راهبردهای رسيدن به سطوح پيشرفت مورد انتظار در جوزه‌های تعیین شده بپردازد، گروه ارزیابی برآپ به سر چگونگي رخاد پيشرفت به توافق برسد. وسيله انجام اين كار به عواملی چون هزينه، نيروي انسانی، زمان و عكس العمل مخاطب بستگي دارد. نحوه كار به منظور رسيدن به راهبردهاي مناسب به سوابق گذشتگي گروه و توانائيي

كاري با يكديگر و همچنين شيوه مدیریت مديريت مرتبط مي‌شود. مديريت بايد كار تحقيق باز در مورد همه شوقي مسئله را تسهيل كند. راهبردهايي كه ما به عنوان گروه با آنها مواج به شويم ممكن است به جمع آوري داده‌هاي بيشتر و يا برخاري سنجش یا به يا

راهبردهايي منجر شوند که بايد در خلال اقدام مربوط به پيشرفت به‌هوروي جمع‌آوري شوند.

6- تعیین بازخور

اگر مي‌خواهيد به‌دوري پاپاجا بهانه‌اند لازم است كه نوعی نظام بازخور برای عملکرد، در هر سطح و برای هر مرحله از پرورش برقرار كنيد. تك تک افراد گروه توليد برمان به عملکرد خوبيش ميابهند مي‌کنند و درست دارند به خاطر كار خوبی که انجام مي‌دهند مورد توجه و بازناسي قرار گيرند. از آنجا كه اعضاي گروه عملکرد بديگري را تقوقوت مي‌كنند گروه بيشتر به خود مياباتن مي‌كنند. مديران مي‌توانند در شكل دادن به جو كار تاثيير بسيار زيادي داشته باشند. برای به وجود اوردن جو قدردانی، بيدا كردن راهبهاي و پي، مفيد و موثر خواهد بود. مثلاً حداکلي ميزان معقول اي از تحسين و تشويق را تبليج به همپاني دانست و تقدير و قدردانى از كار خوب را به طور قطع بايد به عمل اورد.

7- سپرستي

مرحله شناسايي دقيق، تبت كردن و دخالت دادن، همگي از سيباردي جهت اعمال كنندان. نكته قابل توجه آن است كه تمامي اين مرحله بيد بيچ از آنها انتظار پيشرفت عملکرد را داشته باشيد.
کاهی مدیران عملکرد افراد یا گروه‌های تولید برنامه را بررسی می‌کنند. اما هنوز موفق به دادن بازخور لازم در مورد کوششهای آنها نمی‌شوند، تا اینکه اشتباهی از آنها سرزنده. حتی بدن از این برجای ماندی که مشکل قدر علم نکند به بررسی کارهای انجام شده نیز نمی‌پردازند. از این گذشته، بسیاری از مدیران حتی در این انگیزه نیستند که پس از رسیدن به هدف از کار خود انجام گرفته، صادقانه قدردانی کنند و یا در برخوردار با تکلیف جدید یا دشوار راه‌های متنوع‌تری را برای دستیابی به هدف مورد تأکید قرار دهند.

9- ارزیابی

ارزیابی شکلی رسمی برای شناسایی پیشرفت در اختیار ما گزارنده و راهبردها و هدایت بخش‌های آینده را مورد سنست قرار می‌دهد. تاریخی خی نه قدر که مدیری که بپیشرفت روشن و وقت کافی اختصاص می‌دهد. آموزش و ارزیابی ماهانه از عملکرد گروه تولید برنامه ممکن است فرضیت لازم را برای کل پروژه فراهم کند. بنابراین مرحله ارزیابی برای دستیابی به یک تحلیل کلی از میزان پیشرفت پروژه تولید برنامه اقدامی بسیار ارزشمند است. مدیران، گروه تولید برنامه و گروه کارشناسان باید در فواصل گاه‌گاه و از پیش تعیین شده به بررسی عملکرد و ارزیابی حاصل از آن پردازند.

در این مرحله نباید چیزی که موجبات کسب‌کردن فراهم می‌آورد، وجود داشته باشد. کنش‌های متقابل میان مدیر و گروه تولید برنامه مورور خواهد شد و به سوی هدف‌های مورد ارزیابی پیش خواهد رفت. در این گام، همچنین در می‌باشد که به هم تابعی که می‌خواستند رضایت‌آمیز آن است که تلاش و کوشش خود را در جای دیگری به کار گیرد. در صورتی که این پروژه تاثیر مثبتی را نشان دهد باید پیشرفت خود را تحلیل کند.

شاید هم به این نتیجه برسید که راهبردها کارگر نیسته و باید به فکر راه‌های چاره‌داری بیفتید. اما در صورتی که داده‌ها نشان دهد باید پیشرفت کم کرده است و یا اصلاً وجود نداشته است باید به مرحله دخالت دادن بازگردید و از گروه کارشناسان خود بخواهید تا راهبردهای دیگری به وجود
آورند. از بسیاری جهات مسئولیت توقف پروژه ارزیابی کمی و کیفی تولید برنامه تلویزیونی بوده مدیر است. آموزش که باید مسئولیت خطیر اطمینان از عملکرد خوب کارمندان را بر عهده گیرد.

اکر نتایج مورد نظر به دست نیاپد بايد علت را دانست و دوباره به حل مشکل پرداخت. این بار بايد خود را به دانش و تجربة تازه مجهز كنيد. مرحله ارزیابی نيز بررسی رفتار هدایتي خود مدیر را شامل می شود. آيا به طور مستمر بر تغيير خواسته خود تاکيد داشته و آن را تقويت كردهاید؟ آيا از پيامدها به كونهای اثربخش استفاده كردهاید؟ آيا برای پيشرفته مطلوب وقت كافی در نظر گرفتهاید؟ آيا شرايط غيرمنتظره (دروني و بيروني) كه ممکن است بر دادهها تاثير كرده باشد وجود داشته است؟

به طور كلي فواید مرحله ارزیابی يدين قرار است:

1. بررسی نتایج پروژه و کوشش توجه و زور مقاومت به دنبال می‌کند.
2. فرصت ایجاد راهپیمایی گروهی بهتر و مشکل کشیده را فراهم می‌آورد.
3. درصورتی که پیشرفت کم یا هیچ باشد، چارچوب‌های دیگر زمینه زمینه‌ها بسازد.

منابع