



مدیران نوآور اثربخش‌تر از مدیران سازگارند

گزیده‌ای از بیانات مهندس
عزت‌الله ضرغامی،
رئیس رسانه ملی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مدیریتی برای ایجاد نوآوری کامل نشده است.

رئیس رسانه ملی در نشست افق رسانه در مرکز همایش‌های بین‌المللی سازمان صداوسیما به این نکته اشاره نمودند که: رسانه ملی وظیفه‌ای مهم و استراتژیک بر عهده دارد. ایشان برای تحقق این وظیفه مهم یکی از وظایف مدیران رسانه ملی را انگیزه‌دادن به برنامه‌سازان برشمردند و گفتند: تا زمانی که انگیزه نباشد، نوآوری هم شکل نمی‌گیرد و تا نوآوری شکل

مهندس عزت‌الله ضرغامی رئیس رسانه ملی در جمع معاونان، مدیران مراکز استان‌ها و همچنین مدیران شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی یکی از وظایف مدیران را ایجاد زمینه لازم برای نوآوری و استفاده هر چه بیشتر از نخبگان دانستند و گفتند: برای ایجاد نوآوری، مدیر باید ارزیابی دقیقی از آینده داشته باشد، ضمن اینکه صرف ارزیابی دقیق هم کافی نیست؛ چون مادامی که بر اساس آن یک برنامه‌ریزی صحیح صورت نگیرد، می‌شود گفت اقدام



نوآوری معرفی روش‌های
جدید برای سازماندهی،
مدیریت متناسب با راه‌های
جدید و انجام فعالیت‌های
کاربردی و جدید است. نوآوری
یعنی کار نوکردن با روحیه
نوجویی و دگرگون‌ساختن
و شرط لازم هم برای اینکه
امری نوآورانه قلمداد شود،
غیر از اینکه واقعاً باید آن امر
نو باشد، لازم است تغییری در
وضعیت موجود ایجاد کند و
اتفاقاً باید جهت این تغییر هم
مثبت باشد.

فرایند در بستر سازمان تفاوت قائل شد. اختراع محصول، تکنیک یا روش جدید و تازه است، ولی نوآوری فرایند عملیاتی کردن ایده‌های نو و تحقق بخشیدن به مفاهیم جدید همراه با اجرای راه‌حل‌های جدید است. اختراع با خلاقیت هم متفاوت است؛ اختراع نتیجه فعالیت‌های علمی و تجربی است، در حالی که خلاقیت عموماً فعالیتی آفرینشی و هنری محسوب می‌شود. مدیر نوآور لزوماً خود صاحب و آفریننده ایده نو و واجد خلاقیت ویژه نیست، بلکه شخصی است که از ایده نو استقبال می‌کند. مدیر نوآور فعال است و سعی می‌کند فضای نوآوری را ایجاد کند. البته تأثیر ساختار بر نوآوری و تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری، در کنار تأثیر متغیرهای منابع انسانی بر نوآوری هم مهم هستند، اما مدیران نوآور در جامعه اثربخش‌تر از مدیران سازگارند. ایشان در ادامه خاطر نشان کردند: ارتقای کیفیت و متنوع کردن برنامه‌ها، کسب رضایت مردم، بهبود فرایند تولید برنامه‌ها، ارتقای توان و مهارت نیروی انسانی، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌روی از اهداف اولیه رسانه ملی در است که لازمه‌اش نوآوری

تقویت انگیزه و شایسته‌سالاری از اسباب و لوازم ایجاد نوآوری در رسانه ملی و همه سطوح جامعه است. ایشان درباره تفاوت نوآوری با مفاهیم مشابه اظهار داشتند: نوآوری معرفی روش‌های جدید برای سازماندهی، مدیریت متناسب با راه‌های جدید و انجام فعالیت‌های کاربردی و جدید است. نوآوری یعنی کار نوکردن با روحیه نوجویی و دگرگون‌ساختن و شرط لازم هم برای اینکه امری نوآورانه قلمداد شود، غیر از اینکه واقعاً باید آن امر نو باشد، لازم است تغییری در وضعیت موجود ایجاد کند و اتفاقاً باید جهت این تغییر هم مثبت باشد. در واقع نوآوری زمانی ایجاد می‌شود که مسئله ایجاد شده باشد و نوآوری پاسخی است که راه‌حل جدیدی برای آن مشکل عرضه می‌کند. این موضوع در کار رسانه هم خیلی دیده می‌شود. مهندس زرغامی با اشاره به تعریف اختراع، آن را متفاوت از نوآوری دانستند و گفتند: باید بین «اختراع» به معنای اولین ظهور یک ایده جدید و متکی به فرد، و «نوآوری» به معنای به‌اجرا آوردن یک

نگیند و نوآور تشویق نشود و ثمرات نوآوری تجربه و لمس نشود، انگیزه‌ها ایجاد نمی‌شود، در حالی که انگیزه منجر به پیدایش مسیرهای زیادی می‌شود. بنابراین پرورش اندیشه اهمیت زیادی دارد. مهندس زرغامی با اشاره به منویات مقام معظم رهبری (مدظله) بر استفاده هرچه بیشتر از نخبگان تأکید کردند و سه اقدام مهم را به‌عنوان مکمل استفاده از نخبگان برشمردند و گفتند: ارزیابی دقیق آینده، برنامه‌ریزی صحیح برای آن و همچنین

**شبکه‌های رادیویی می‌توانند
با ظرفیت‌های بی‌بدیل خود
ضمن تقویت گرایش نخبگان
جامعه به نظام جمهوری
اسلامی، در جهت رفع نیازهای
تخصصی، بسیج عمومی و
مدیریت بحران در شرایط
خاص، نقشی ویژه ایفا کنند.**

است و نوآوری باید مرحله به مرحله در همه مقاطع و بخش‌های رسانه ملی مورد توجه جدی قرار گیرد؛ چون نتیجه فعالیت خوب در همه بخش‌ها به‌ویژه مجموعه‌های اطلاع‌رسانی، کاهش تعداد مخاطبان ماهواره‌ها خواهد بود.

برای نوآوری نیاز به چشم‌انداز داریم و در رسانه ملی دو افق چشم‌انداز پنج‌ساله تدوین شده که ملاک و مبنای حرکت فعالیت آن است. ایشان با تأکید بر اینکه نوآوری یک فرایند جمعی است و نه فردی، وظیفه مدیران رسانه را ایجاد ارتباط با نخبگان دانستند که باید راه را برای نوآوری باز کنند.

نمی‌توان در سازمان صرفاً متکی به یک ایده خلاق باشیم. چرخه حیات نوآوری شامل مراحل مختلف است. بنابراین برای ایجاد ایده‌های خلاق باید نوآوری ایجاد کنیم؛ چرا که حرکت رو به رشد سازمان را تداوم می‌بخشد.

مهندس ضرغامی، مدیران و کارکنان رسانه ملی را به مسئله‌یابی دقیق، شناخت صحیح مشکلات و تشخیص نیاز و تعامل، همکاری و مشورت با یکدیگر فراخواندند و گفتند: نوآوری نیازمند مشارکت‌پذیری، شکیبایی، فرانگری، انعطاف در روبرویی با مشکلات، آینده‌نگری و ارتقای کیفی برنامه‌های تولیدی است تا مردم از برنامه‌ها راضی باشند و مخاطبان رسانه ملی افزایش یابد.

ایشان فراهم کردن زمینه‌های نقد و بررسی، پذیرش انتقادات، ایجاد فضای باز

برخی افراد از نظریه‌پردازی و بیان حقایق هراس دارند. در حالی که برای دست‌یافتن به نتایج صحیح نوآوری گاهی اوقات لازم می‌شود ریسک و خطر کرده و هزینه‌های احتمالی آن را هم پردازیم.

مهندس ضرغامی با اشاره به سیاست‌های ابلاغی رهبر معظم انقلاب (مدظله) در موضوعات دین، اخلاق، امید و آگاهی در عرصه روابط خانواده و رفتار اجتماعی و با تشریح ویژگی شبکه‌های رادیویی گفتند: با رعایت سه اصل «انباشت، تمرکز و هماهنگی» بین شبکه‌های مختلف صدا می‌توانیم از مزیت نسبی وجود هماهنگی و اشتراک در هدف‌گذاری و تولید برنامه به نحو مطلوب و کم‌نظیری استفاده کنیم و من مطمئنم با ظرفیت خوبی که در حوزه برنامه‌سازی صدا وجود دارد، این معاونت می‌تواند در تحقق اهداف دوره جدید رسانه، پیشگام باشد.

شبکه‌های رادیویی می‌توانند مکمل تلویزیون در حوزه نیازهای عمومی و عرصه موضوعات پرخطر بوده و با ظرفیت‌های بی‌بدیل خود ضمن تقویت گرایش نخبگان جامعه به نظام جمهوری اسلامی، در جهت رفع نیازهای تخصصی، بسیج عمومی و مدیریت بحران در شرایط خاص، نقشی ویژه ایفا کنند. ایشان جسارت در برنامه‌سازی و شجاعت در طرح موضوعات مورد نیاز جامعه را از جمله ضروریاتی داشتند که باید با همراهی و همفکری همه دلسوزان و صاحب‌نظران حوزه و دانشگاه انجام شود.

و آشنایی با نتایج را برای مدیران از نقاط مثبت ارزیابی و تأکید کردند: رسانه ملی موظف است نوآوری را علاوه بر درون ساختار خود، در جامعه زمینه‌سازی و ترویج کند.

ایشان معرفی استعدادهای درخشان، دانشمندان، مبتکران و نوآوری‌های آنان، اطلاع‌رسانی نقاط قوت و ضعف نهادهای مؤثر در نوآوری و توجه ویژه به مسائل جوانان را از وظایف رسانه ملی دانستند و تأکید کردند: نوآوری در برنامه‌های رادیو خیلی دیده می‌شود؛ به‌ویژه در رادیو جوان. وی با بیان اینکه نوآوری نشانه تحرک اجتماعی و امید شهروندان به زندگی است و رسانه ملی می‌تواند با ایجاد ارتباطات قدرتمند با نخبگان و طرح موضوع‌های جامعه فضای نوآوری را تشدید کند، افزود: