

ارائه‌ی الگوی توسعه‌ی کارکنان مبتنی بر رویکرد شناختی در صنایع خلاق فرهنگی (مورد مطالعه: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران)

ایلیا منزوی^۱

سید مهدی شریفی^۲

فرشته امین^۳

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۹/۱۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۷)

چکیده

منابع انسانی به عنوان کلیدی ترین عامل در پیشرفت و دستیابی به اهداف سازمانی شناخته شده است بنابراین توسعه منابع انسانی در ابعاد مختلف به ویژه از منظر شناختی ضرورت دارد. به همین منظور، مقاله حاضر با هدف ارائه‌ی الگوی شناختی توسعه‌ی کارکنان صنایع خلاق فرهنگی در سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران انجام شده است. از لحاظ رویکرد پژوهش، روش کیفی به طور ویژه روش تحلیل مضمون بکار برده شده است. ابتدا محقق نسبت به تهیه پروتکل مصاحبه بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های به دست آمده از مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق اقدام نمود و سپس از طریق روش تحلیل مضمون، نسبت به مصاحبه با ۲۰ نفر از خبرگان حوزه‌ی منابع انسانی در سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران که به صورت غیرتصادفی هدفمند انتخاب شدند، اقدام نمود و با کاربرد مراحل تحلیل مضمون، الگوی مفهومی در پنج لایه‌ی مفهومی، مقوله‌ای و کدها به دست آمد. نتایج تحقیق نشان داد که با توجه به مصاحبه‌های به عمل آمده و انجام فرآیند تحلیل مضمون ابعاد شامل ۱- توسعه‌ی روحی - روانی کارکنان، ۲- توسعه‌ی رفتاری کارکنان، ۳- توسعه‌ی مهارتی کارکنان، ۴- توسعه‌ی تحلیلی کارکنان و ۵- توسعه‌ی حمایتی کارکنان می‌باشد که در قالب یک الگوی شبکه‌ای ارائه گردید.

کلیدواژه‌ها: الگو، توسعه منابع انسانی، رویکرد شناختی، صنایع خلاق

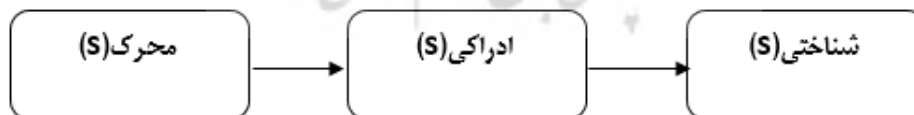
^۱ دانشجوی دکتری پردیس کیش دانشگاه تهران

^۲ دانشیار دانشگاه تهران

^۳ استادیار دانشگاه تهران

مقدمه

علوم شناختی، علوم جدیدی هستند که در نیمه‌ی دوم قرن بیستم پا به عرصه‌ی وجود گذاشته‌اند. این علوم هنوز به اندازه‌ی کافی گسترش نیافته و نیازمند تلاش پژوهشگران برای پیشرفت هستند. این علوم بر هر رشته‌ای که در خصوص رفتار انسانی بحث می‌کند، می‌تواند تأثیرگذار باشد. علوم شناختی ذهن انسان را از منظر علمی بررسی می‌کنند. منظور از ذهن مجموع هر آن چیزی است که نمودهای هوشمندی و آگاهی هستند. به طور کلی پرسش‌هایی مانند این که ذهن چگونه کار می‌کند یا مغز چگونه هوشمندی را ایجاد می‌کند، از جمله پرسش‌هایی هستند که در این شاخه علمی بررسی می‌شوند. در دیدگاه شناختی بیش از آن که بر امیال، نیازها و انگیزش تأکید شود، به این که افراد چگونه اطلاعات را کسب و تفسیر می‌کنند و آن‌ها را در حل مشکلات به کار می‌گیرند توجه می‌شود. این رویکرد در مقابل نظریه‌های یادگیری قرار می‌گیرد که محیط بیرونی را علت اساسی رفتار به شمار می‌آورند. اصولاً دیدگاه شناختی به افکار و شیوه‌های حل مسأله کنونی بیش از تاریخچه‌ی شخصی توجه نشان می‌دهد. به اعتقاد صاحب‌نظران، تکنولوژی تغییر رفتار باید علاوه بر تغییر رفتار آشکار به تغییر اندیشه‌ها و اعتقادات فرد نیز بپردازد (7). به اعتقاد فریدنبرگ و سیلورمن (۲۰۱۲) رویکرد شناختی، عمل مشاهده شده (رفتار) را به شناخت درون نسبت می‌دهد و انسان را موجودی پردازش کننده اطلاعات و مسأله گشا تلقی می‌کند. این دیدگاه در پی تبیین رفتار از راه مطالعه شیوه‌هایی است که شخص به اطلاعات موجود توجه می‌کند، آن‌ها را تفسیر می‌کند و به کار می‌برد. رویکرد شناختی، به بررسی فرآیندهای درونی ذهن از قبیل حل مسئله، حافظه ادراک، شناخت، زبان و تصمیم‌گیری می‌پردازد. موضوعاتی از این قبیل که انسان چگونه و با چه ساختاری به درک، تشخیص و حل مسئله می‌پردازد و این که ذهن چگونه اطلاعات دریافتی از حواس (مانند بینایی یا شنوایی) را درک می‌نماید و یا این که حافظه‌ی انسان چگونه عمل می‌کند و چه ساختاری دارد را مورد بررسی قرار می‌دهد. رویکرد شناختی به عنوان جریان اصلی و زمینه‌ی مطالعاتی مفید برای توسعه‌ی شناخت ذهنی افراد در سازمان‌ها مورد تأکید قرار گرفته است و بر اساس نظر فیوردی و رایلی (۱۹۸۷) مدل شناختی افراد به صورت فرآیند در شکل (۱-۱) نشان داده شده است:



شکل ۱. مدل شناختی افراد (فیوردی و رایلی، ۱۹۸۷)

¹ Fredenberg & Silverman

شناخت‌گرایی، ظرفیت توضیح رفتارهای پیچیده در سازمان را دارد، ناکارایی دیدگاه رفتاری این است که پاسخ شناخت را نمی‌تواند کنترل کند(1).

در این بین از آن جایی که مهم‌ترین بخش در ایجاد مزیت رقابتی، مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها است. مدیریت منابع انسانی با کشف و شناسایی، جذب و آموزش، نگه‌داری و جبران خدمات یک نیروی کار می‌تواند تفاوت‌ها را رقم بزند. از سوی دیگر با توجه به این که استعدادیابی عامل بسیار مهمی در حفظ پویایی منابع انسانی به شمار می‌رود، بخش منابع انسانی موظف به تلاشی مضاعف برای حفظ، توسعه و آموزش افراد است (۲). با توجه به این که نیاز است برنامه‌ریزی مناسبی در راستای توسعه و آموزش افراد صورت گیرد، به کارگیری رویکرد شناختی در شناسایی، تحلیل و کنترل ذهنی و رفتاری کارکنان مؤثر است. عدم درک مناسب از تعاملات، تبادلات و واکنش‌های رفتاری و ذهنی کارکنان در سازمان می‌تواند آموزش و توسعه‌ی کارکنان را با مشکل مواجه می‌سازد که نیاز است در این مسیر تناسب‌سازی و انطباق مناسبی بین برنامه‌های آموزشی و بهسازی کارکنان با سطح ادراکی، ذهنی و رفتاری کارکنان از طریق اتخاذ رویکرد شناختی مورد بررسی قرار گیرد.

بخش خبر سیمای جمهوری اسلامی ایران در راستای فرهنگ‌سازی، گفتمان‌سازی و اطلاع‌رسانی سهم بسیار عمده و کلیدی در جامعه در مواجهه با تهاجم فرهنگی و دروغ‌پراکنی‌های غرب و بیگانگان ایفا می‌نماید. یکی از کارآمدترین راهبردها در مقابل این هجمه‌ها، استفاده از خلاقیت و نوآوری در حوزه‌های مختلف بخش خبر شامل حوزه‌های مختلف سازمانی، مدیریتی، تولیدی و محتوایی است. بخش خبر سیمای جمهوری اسلامی ایران، با توجه به نوآوری خبررسانی و اطلاع‌رسانی در سطح بین‌المللی، نیاز به اتخاذ سیاست‌ها و راهبردهای نوآورانه در بخش محتوا، تولید و سازمان‌دهی دارد که این مهم، نیازمند دارا بودن سرمایه‌ی انسانی پویا، نوآور، ایده‌پرداز و خلاق در لایه‌ها و سطوح مختلف مدیریتی و کارشناسی است. از طرفی با بررسی‌های به‌عمل آمده از اسناد بالادستی کشور در حوزه‌ی منابع انسانی، در بند پنجم ابلاغیه‌ی سیاست‌های کلی نظام اداری در سال ۱۳۸۹ توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی، به "ایجاد زمینه‌ی رشد معنوی منابع انسانی و بهسازی و ارتقای سطح دانش، تخصص و مهارت‌های آنان" تأکید شده است؛ در همین راستا؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، به عنوان یکی از ارکان اصلی فرهنگ‌سازی و گفتمان‌سازی کشور با دارا بودن منابع انسانی در سطوح مختلف سازمانی خود، نیازمند بهسازی، تقویت و توانمندسازی از جنبه‌های روانی و عملکردی به منظور حفظ، ارتقاء و تعالی منابع انسانی می‌باشد. با توجه به این که، بخش اخبار سیمای، یکی از مهمترین و تأثیرگذارترین بخش‌های است که با هدف هدایت و راهبری افکار و اذهان عمومی کشور در راستای آرمان‌های انقلاب اسلامی می‌تواند نقش‌آفرین باشد. این سازمان برای توسعه در هزاره‌ی جدید تنها از طریق به‌کارگیری الگوی پیشرفته توسعه و بالندگی قابلیت‌های منابع انسانی به عنوان سرمایه‌های سازمان می‌توان پاسخ‌گوی نیازها و دستیابی به اهداف

باشد؛ از این رو می‌بایست برای افزایش نوآوری، کارایی و بهره‌وری هر چه بیشتر کارکنان مشکلات و چالش‌های کارکنان در حوزه‌ی آموزش و توسعه کارکنان برطرف شود.

بنابراین سازمان‌ها برای رقابت کارآمد مقابله با چالش‌های مدیریت منابع انسانی در اقتصاد خلاق به نوعی از مدیریت منابع انسانی نیازمندند که مبتنی بر نقش باشد (یعنی همانند گذشته، به مسئولیت‌های وظیفه ای خاص وابسته نباشد) و مستقیماً در ایجاد قابلیت‌ها و توانمندی‌های سازمانی، ایفای نقش نماید. جهت ایجاد این قابلیت‌ها، چهار نقش اساسی ضروری است: مباشر سرمایه انسانی، تسهیل کننده دانش، ایجادکننده روابط (رابطه ساز) و متخصص در آرایش سریع. چرا که در سال‌های اخیر توسعه‌ی کارکنان مبتنی بر رویکرد شناختی به یکی از فرایندهای ضروری برای بقای سازمان‌ها و حفظ رقابت‌پذیری آن‌ها تبدیل شده است. این فرایند به جهت اینکه در مسیر تغییر چارچوب‌های موجود برای خلق ارزش حرکت می‌کند، با چالش‌های خاص خود مواجه است به طوری که نرخ شکست پروژه‌های توسعه کارکنان با فرایندهای معمول سازمانی قابل قیاس نیست. شایستگی‌های شناختی کارکنان در گروه‌های توسعه‌ی عامل مهمی در موفقیت و یا شکست پروژه‌های این حوزه است. شایستگی‌های شناختی نیروی انسانی از جمله مفاهیم نوظهور در حوزه‌ی مدیریت منابع انسانی است که دربرگیرنده‌ی ویژگی‌ها و قابلیت‌هایی است که عملکرد فراتر از انتظار را پیش‌بینی می‌کنند. این رویکرد جدید توانسته به سرعت جای رویکردهای سنتی را بگیرد گرچه در حیطه‌ی رویکرد شناختی کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

یکی از چالش‌هایی که بخش خبر سیما با آن رو به رو می‌باشد، عدم در نظر گرفتن برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای متناسب با سطح شناختی کارکنان است که نیاز است الگویی علمی و عملیاتی در راستای شناسایی عوامل مؤثر بر متناسب‌سازی رویکرد شناختی با برنامه‌های توسعه‌ای کارکنان در بخش خبر سیما ارایه شود.

با توجه به موارد فوق‌الذکر و چالش‌های مطرح شده در سازمان و فقدان وجود یک الگوی شناختی در صنایع خلاق بخش سیمای جمهوری اسلامی ایران، پژوهش حاضر؛ به دنبال ارایه‌ی الگویی مشتمل بر عناصر توسعه‌ی شناختی کارکنان صنایع خلاق در راستای توسعه و آموزش کارکنان در بخش خبر سیمای جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. به عبارت دیگر، محقق به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است که الگوی توسعه‌ی کارکنان مبتنی بر رویکرد شناختی در صنایع خلاق به صورت مطالعه‌ی موردی در خبر سیمای جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟

ادبیات تحقیق

صنایع خلاق

در اواخر قرن بیستم، واژه‌ی صنایع خلاق متأثر از سند نقشه‌ی صنایع خلاق ریچارد کاوز در انگلیس به تصویب رسید تا مسیر اصلی اقتصاد با این صنایع مورد بازنگری قرار گیرد. در اصل، اشکال مختلف تبلیغات، معماری، بازار هنری و اشیا قدیمی، صنایع دستی، طراحی، مُد، فیلم، بازی‌ها، خدمات یا موزه‌ها و کتابخانه‌های مرتبط با میراث فرهنگی، اینترنت، نشر، تلویزیون، رادیو و فیلم می‌شوند (۷). صنایع خلاق به عنوان صناعی که خلاقیت علمی، هنری، اقتصادی و فناورانه را توأمان در بر می‌گیرد دارای جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشورها می‌باشد. تا حدود بیست سال پیش، مفاهیم صنایع خلاق و اقتصاد خلاق وجود نداشتند، اما امروزه به‌عنوان بخش پویا، مهم و در حال رشد اقتصاد جهانی به شمار می‌آیند. با این حال، رشد و توسعه صنایع خلاق مستلزم وجود سرمایه، مهارت‌های کارآفرینی، زیرساخت‌های لازم و همچنین قوانین مالکیت فکری مخصوصاً حق کپی‌رایت است. صنایع خلاق اکنون بسیار مورد توجه قرار گرفته است و نقش صنایع خلاق و اقتصاد خلاق در دوران کرونا می‌تواند بسیار پررنگ باشد. آنکتاد تعریف خود از صنایع خلاق را به شرح زیر ارائه نموده است. صنایع خلاق صناعی هستند که: چرخه‌هایی از خلق، تولید و توزیع کالاها و خدمات‌اند که خلاقیت و سرمایه‌ی فکری را به‌عنوان ماده خام به کار می‌گیرند. متشکل از مجموعه‌ای از فعالیت‌های دانش‌بنیان، متمرکز بر هنر اما نه محدود به آن است که پتانسیل درآمدزایی از دادوستد و حقوق مالکیت معنوی دارند. شامل محصولات مادی و ملموس و غیرمادی و معنوی، یا خدمات هنری با محتوای خلاق، ارزش اقتصادی و هدف‌های بازاری هستند. در تقاطع میان صنعت‌گر، خدمات و بخش‌های صنعتی قرار دارند، و در تجارت جهانی یک بخش پویای جدید به وجود می‌آورند. در رویکرد آنکتاد به صنایع خلاق، که “خلاقیت” را به‌عنوان فصل الخطاب در نظر می‌گیرد، هر نوع فعالیتی که دارای یک مؤلفه هنری قوی باشد تا “هر نوع فعالیت اقتصادی که فرآورده‌های سمبلیک تولید می‌کند و وابستگی شدیدی به مقوله‌ی مالکیت معنوی دارد و برای یک بازار تا حد امکان بزرگ انجام می‌شود” در گستره‌ی صنایع خلاق جای می‌گیرند.

بهره‌گیری از صنایع خلاق با هدف تولید یا بازتولید، ارتقاء، توزیع و یا تجاری‌سازی کالاها، خدمات و فعالیت‌های دارای ماهیت‌های فرهنگی، هنری یا مبتنی بر میراث فرهنگی به واسطه‌ی شبکه‌های اجتماعی و با ابزار تبلیغات و طراحی گرافیک و دیگر ترفندهای رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در تجاری‌سازی ایده‌ها و برندسازی و نیز اقتصادی عمل کردن جامعه‌ی هدف در قالب اشتغال، گردش مالی، رونق تولید و دیگر محورهای مرتبط با حوزه‌ی اقتصاد به حساب آید (۸). صنایع فرهنگی و رسانه‌ای خلاق با تولید نیازهای جدید، بسترساز خلق مصرف‌کنندگان جدید در جامعه بوده و جذب متخصصان نوآور و طبقات خلاق و مبتکر را باعث می‌شوند (۹). بنابراین، صنایع خلاق به عنوان صناعی که خلاقیت علمی، هنری،

اقتصادی و فناورانه را توأمان در بر می‌گیرد دارای جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشورها می‌باشد. تا حدود بیست سال پیش، مفاهیم صنعت خلاق و اقتصاد نوآور وجود نداشتند، اما امروزه به‌عنوان بخش پویا، مهم و در حال رشد اقتصاد جهانی به شمار می‌آیند. با این حال، رشد و توسعه صنایع خلاق مستلزم وجود سرمایه، مهارت‌های کارآفرینی، زیرساخت‌های لازم و همچنین قوانین مالکیت فکری مخصوصاً حق کپی‌رایت است. این صنایع اکنون بسیار مورد توجه قرار گرفته است و نقش آن در رشد اقتصادی می‌تواند بسیار پررنگ باشد.

صنایع خلاق رسانه‌ای

ضرورت فهم اقتصاد خلاق در قالب صنایع خلاق، مراجعه به صنایع رسانه‌ای و فرهنگی و روند اقتصادی متفاوت آن‌ها با صنایع سخت است (۱۰). چرا که دارای منشأ خلاقیت، مهارت و استعداد فردی هستند و کارکردهای اقتصادی و پتانسیل تولید ثروت و زمینه‌های ایجاد اشتغال را دارند (۱۹). ریشه مفهومی صنایع خلاق که به صنایع فرهنگی باز می‌گردد، با انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات، صور مختلفی به خود گرفته‌اند و با شبکه‌های اجتماعی و رسانه خدمات مهمی را در فضای رسانه‌ای دنیا داشته‌اند (۲۱). اهمیت صنایع خلاق در عرصه اقتصاد رسانه‌ای نقش به‌سزایی در ارزش افزوده‌ی این صنعت در سطوح جامعه دارد، سهم اقتصادی بخش فرهنگ خلاق در فضای رسانه‌ای در نمونه‌های متنوع برنامه‌های نوآوری اجتماعی مشهود است. صنایع خلاق متشکل از همگرایی صنایع فرهنگی، فناوری و خلاقیت‌های انسانی است و مشخصه عمده آن، تولید کالا یا خدمت بر اساس نیروی استعداد فکری و ذوقی انسانی است که ماهیت هنری و فرهنگی دارند. تبدیل صنایع خلاق به بخش جدید اقتصاد و نقش آن‌ها در سودآوری و ایجاد کسب و کارهای جدید یکی از موضوعات محوری در توسعه و آبادانی اقتصادی کشور محسوب می‌شود (۲۲). بنابراین، صنایع خلاق با داشتن مدل رسانه‌ای دارای کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوده و پتانسیل‌های تولید ثروت را در ابعاد مختلف دارند و برنامه‌ریزی نظام‌مند در شیوه کسب درآمد با رویکرد اقتصادمحوری، تدوین برنامه‌های دانش محور با هدف دانش‌اندوزی، تسهیم آن، هویت محوری با دادن هویت به کاربران در حوزه صنایع خلاق، دادن اطلاعات و آموزش‌های لازم به کاربران و عناصر سازمانی، با راهبرد نوآوری و خلاقیت و سیاست‌گذاری در عرصه رسانه مرتبط است.

توسعه منابع انسانی

از دهه ۱۹۸۰، بحث مهمی در مورد رویکرد "شایستگی" مدیریت افراد در سازمان‌ها مطرح شده است. تحقیقات زیادی وجود دارد که ثابت می‌کند بین عملکرد مدیریت منابع انسانی^۱ و عملکرد یک شرکت در زمینه‌های خاصی مانند معرفی استراتژی و نوآوری، رابطه مثبت و قوی وجود دارد (۱، ۲). عملکرد

^۱ HRM: Human Resource Management

مدیریت منابع انسانی به عنوان فعالیت‌های انجام شده توسط دپارتمان منابع انسانی مانند استخدام و انتخاب، ارزیابی منابع انسانی، توسعه منابع انسانی و پاداش منابع انسانی تعریف شده است که از یک نقش کاملاً اداری به یک نقش استراتژیک تبدیل شده است. در دنیای مدرن، تغییرات سازمانی مداوم، در حال تبدیل شدن به یک قاعده است. این تغییرات شامل سازماندهی مجدد فرایندها، بهینه‌سازی اندازه سازمان، تمرکززدایی و کمرنگ کردن مرزهای سازمانی است (۲۳). همانطور که کائور و همکاران بیان کرده‌اند که "موفقیت طولانی مدت شرکت‌ها تنها در صورت اطمینان از جهت‌گیری استراتژیک و ساختاری حول محور منابع انسانی شرکت بر اساس سناریوی متغیر محیطی و تکنولوژی، تضمین شده است" (۳). از همین رو توجه ویژه به منابع انسانی در سازمان، می‌تواند منافع مطلوبی را عاید سازمان نماید. کارکنان نیاز دارند تا دانش و مهارت‌های خود را به روز نمایند. از آن‌جا که توسعه‌ی کارکنان، یکی از مهمترین ابتکارات منابع انسانی سازمان‌های امروزی بوده است، توسعه‌ی کارکنان به افزایش انعطاف‌پذیری، ارتقای عملکرد و ایجاد کسب مزیت رقابتی منجر می‌شود (۱۶). علاوه بر این، از آن‌جا که امروزه کارفرمایان، استخدام مادام‌العمر را برای کارکنان خود تضمین نمی‌کنند، آن‌ها تسهیلاتی برای کارکنان خود فراهم می‌کنند تا قابلیت استخدام آن‌ها در بازار کار داخلی افزایش پیدا کند (۲۴).

توسعه‌ی منابع انسانی یکی از اجزای اصلی عملکرد منابع انسانی است. توسعه‌ی منابع انسانی به معنای توسعه پتانسیل‌های انسانی است. یک چشم‌انداز آینده‌نگر نیازمند این است که توانایی آینده در فرآیندهای توسعه را در نظر بگیرد. این توانایی‌ها تضمین‌کننده‌ی اشتغال امروز و آینده هستند و با تغییرات روی داده در جهان مدرن در ارتباط هستند. این ویژگی به صورت خاص اشاره به توسعه انقلاب صنعتی چهارم (از جمله نظریه صنعتی ۴,۰ دارد) که بعد از آن افراد و ماشین‌ها ارتباط متقابل پیدا کردند تا تمام فرآیندهای دیجیتالی را تسهیل کنند. صنعت ۴,۰ دارای ۴ ویژگی اصلی است که عبارتند از: ادغام افقی در کشورها و قاره، شبکه‌بندی عمودی با هدف تولید فردی (۲۶)، مهندسی واسطه‌ای و شتاب از طریق فناوری‌های نمایی (۱۳). همان‌طور که محققین بیان کرده‌اند، "سرعت تغییرات فناوری از طریق صنعت ۴,۰ حاصل شده است که شکاف قابل توجهی را بین توانایی‌های کنونی کارکنان و نیازهای رو به رشد نقش‌های آنها ایجاد کرده است و نیاز به روش‌های موثرتر و جدید توسعه منابع انسانی را افزایش داده است (۲۷).

بنابراین، با توجه به اهمیت روز افزون منابع انسانی به عنوان عامل مهم تحول سازمان‌ها در عصر رقابت، بهبود مستمر کارکنان و پرورش آنها به گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر، ضروری به نظر می‌رسد. بر این اساس شناخت ابعاد دقیق بهسازی کارکنان و ارائه راه‌حل‌های اصولی و منطقی در جهت توانمندسازی و توسعه

آن‌ها از اهم وظایف و مشغله‌های فکری مدیران سازمان‌ها است. در این راستا، هدف‌ها و استراتژی‌های مهم فعالیت‌های توسعه منابع انسانی سازمان باید به روشنی تعریف شوند.

عناصری چون ارتقای کیفیت عملکرد افراد، کاهش هزینه‌ها و ضایعات فردی و سازمانی، رضایت مندی بیشتر ذی‌نفعان سازمان و نهایت تقویت سازمان در خلق و حفظ مزیت رقابتی آن در نظر گرفته شود و از همین روست که محققان این حوزه تلاش نموده‌اند تا با ارائه مدل‌های مفهومی و فرآیندی به کمک مدیران بشتابند تا به اهداف خود دست یابند و نکته مهم این است که در ارائه مدل‌های جدید متناسب سازی آنها با تکنولوژی و فن آوری باید مورد توجه قرار گیرد .

علوم شناختی

سابقه‌ی تلاش برای درک ذهن و نحوه‌ی عملکرد آن به یونانیان باستان و به خصوص فیلسوفان از جمله افلاطون و ارسطو بر می‌گردد که سعی در تبیین ماهیت دانش انسانی داشتند. مطالعه‌ی ذهن تا قرن نوزده میلادی، که مقارن با پیدایش روان‌شناسی تجربی بود، همچنان در حیطه‌ی فلسفه قرار داشت (۱۱). مکاتب اولیه روانشناسی علمی نیز بیشتر بر بررسی جریان‌های درونی ذهن از طریق خود کاوی یا درون نگری متمرکز بودند. دانشمندان این مکاتب، پس از ارائه آموزش‌های لازم برای آزمودنی‌ها، از آن‌ها می‌خواستند که جریان‌های درونی ذهن خود را به دقت گزارش کنند تا بدین ترتیب سیر و الگوی جریان‌ات مزبور را ترسیم و تشریح نمایند. پس از چند دهه مکتب رفتارگرایی ظهور کرد و بر روانشناسی تجربی مسلط شد، دیدگاهی که عملاً وجود ذهن را نادیده می‌گرفت. این مکتب به تبیین و پیش بینی کارکرد رفتار انسان با استفاده از روش‌شناسی تجربی و اثبات گرایانه اعتقاد داشت (۱۶). از دیدگاه رفتارشناسان از جمله جی.بی واتسون؛ روانشناسی باید خود را به بررسی ارتباط بین محرک بیرونی و پاسخ‌های رفتاری قابل مشاهده یک موجود زنده محدود کند. بدین ترتیب بحث و بررسی در مورد ساز و کارهای درونی ذهن عملاً برای چند دهه مسکوت ماند (۱۴). از حدود سال ۱۹۵۶، دورنمای فکری مربوط به مطالعه ذهن به صورت چشمگیری تغییر یافت و دانش مربوط به ذهن دچار تحولی شگرف شد. در این سال‌ها دانشمندان حوزه‌های مختلفی چون علم اعصاب، زبان‌شناسی، روان‌شناسی، هوش مصنوعی و فلسفه متوجه شدند که همگی سرگرم حل مسائل مشترکی در مورد کارکرد ذهن هستند و رهیافت‌های متفاوت آن‌ها در جهت حل این مسائل می‌تواند مکمل یکدیگر باشند. این اندیشمندان معتقد بودند که می‌توان با استفاده از روش‌های غیرمستقیم، به بررسی و تحقیق درباره فرایندهای ناپیدای ذهن پرداخت و محدود کردن روان‌شناسی به بررسی رفتارهای قابل مشاهده، آن‌طور که رفتارگرایان معتقد بودند، عملی نادرست است. در واقع نگاه این متفکران به ذهن، مبتنی بر بررسی باز نمودهای ذهنی و نحوه پردازش آن‌ها بود. بنابراین، هدف از این علم این است که اولاً قابلیت

¹ J.B Watson

های شناختی که در موجودات زنده وجود دارد به شکل علمی تعریف و تدوین شود و بعد مکانیسم هایی که در مغز باعث به وجود آمدن چنین قابلیت هایی بوده اند، شناسایی شوند. وقتی این مکانیسم ها شناخته شدند به زبان ریاضی ترجمه و به شکل کمی مشخص می شوند و سپس این کمیات را در ماشین مدل سازی و در ابزار صنعتی مثل ربات ها پیاده سازی می کنند. با توجه به کارهایی که در این حوزه از علم انجام می شود می توان فهمید که زنجیره ای از علوم مختلف در آن دخیلند تا مکانیسم های عصبی را مطالعه کنند.

توسعه کارکنان مبتنی بر رویکرد شناختی

مبدأ فکری و ظهور علوم شناختی به عنوان یک حوزه مطالعاتی به اواسط دهه ۱۹۵۰ بر می گردد. ظهور آن مصادف با زمانی بود که محققان مختلف نظریاتی درباره ذهن ارائه می دادند که بر بازنمایی و روال های محاسباتی مبتنی بود (۱۵)، علوم شناختی یک حوزه مطالعاتی بین رشته ای است که به مطالعه ذهن و هوش می پردازد و شامل علوم فلسفه، روانشناسی، هوش مصنوعی، علم اعصاب، زبان شناسی و انسان شناسی است. واژه «شناختی» در این اصطلاح به معنی هر گونه ساختار یا عملیات ذهنی است که می توان آن را مورد مطالعه قرار داد (۱۷). جامعه علوم شناختی در اواسط دهه ۱۹۷۰ سازمان یافت، نخستین گردهم آیی سالیانه خود را در سال ۱۹۷۹ برگزار کرد و مجله علوم شناختی در سال ۱۹۷۷ منتشر شد (۲۰). از آن زمان تاکنون بیش از نود دانشگاه در آمریکای شمالی، اروپا، آسیا و استرالیا برنامه هایی در زمینه علوم شناختی راه اندازی کرده اند (۱۸).

مکاتب اولیه روانشناسی علمی نیز بیشتر بر بررسی جریان های درونی ذهن از طریق خود کاوی یا درون نگری متمرکز بودند. دانشمندان این مکاتب، پس از ارائه آموزش های لازم برای آزمودنی ها، از آن ها می خواستند که جریان های درونی ذهن خود را به دقت گزارش کنند تا بدین ترتیب سیر و الگوی جریانات مزبور را ترسیم و تشریح نمایند. پس از چند دهه مکتب رفتارگرایی ظهور کرد و بر روانشناسی تجربی مسلط شد، دیدگاهی که عملاً وجود ذهن را نادیده می گرفت. این مکتب به تبیین و پیش بینی کارکرد رفتار انسان با استفاده از روش شناسی تجربی و اثبات گرایانه اعتقاد داشت. از دیدگاه رفتارشناسان از جمله جی.بی. واتسون^۱ روانشناسی باید خود را به بررسی ارتباط بین محرک بیرونی و پاسخ های رفتاری قابل مشاهده یک موجود زنده محدود کند. بدین ترتیب بحث و بررسی در مورد ساز و کارهای درونی ذهن عملاً برای چند دهه مسکوت ماند (۵). از حدود سال ۱۹۵۶، دورنمای فکری مربوط به مطالعه ذهن به صورت چشمگیری تغییر یافت و دانش مربوط به ذهن دچار تحولی شگرف شد. در این سال ها دانشمندان حوزه های مختلفی چون علم اعصاب، زبان شناسی، روان شناسی، هوش مصنوعی و فلسفه متوجه شدند که همگی سرگرم حل مسائل مشترکی در مورد کارکرد ذهن هستند و رهپایان

^۱ J.B Watson

های متفاوت آن‌ها در جهت حل این مسائل می‌تواند مکمل یکدیگر باشند. این اندیشمندان معتقد بودند که می‌توان با استفاده از روش‌های غیرمستقیم، به بررسی و تحقیق درباره فرایندهای ناپیدای ذهن پرداخت و محدود کردن روان‌شناسی به بررسی رفتارهای قابل مشاهده، آن‌طور که رفتارگرایان معتقد بودند، عملی نادرست است. در واقع نگاه این متفکران به ذهن، مبتنی بر بررسی باز نمودهای ذهنی و نحوه پردازش آن‌ها بود. طی آن سال‌ها مطالعات جرج میلر نشان داد که توانایی فکراسان با حافظه کوتاه مدت محدود شده است و لئون فستینگر اثر خود را درباره هماهنگی شناختی در سال ۱۹۵۶ منتشر کرد (۱۰).

پیشینه تحقیق

رجایی و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای به مطالعه و بررسی تاثیر عوامل یادگیری شناختی منابع انسانی بر توسعه پایدار سازمانی پرداختند. یافته‌ها نشان داد کارکنان دانش محور، توانمندسازی روانشناختی کارکنان، رهبری، فرهنگ، استراتژی و ساختار بر توسعه پایدار سازمانی تاثیر دارد. ولایتی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ی خود به طراحی الگوی آموزشی مبتنی بر نظریه‌ی بارشناختی بر اساس تحلیل محتوای کیفی و اعتباریابی درونی و بیرونی آن پرداخت و نشان داد که سه طبقه در بار شناختی در راستای آموزش کارکنان تأثیرگذار است که این طبقات شامل بارشناختی درونی، بارشناختی بیرونی و بار شناختی مطلوب است. مجیدی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ی خود به تحلیل و نقد جایگاه و کاربرد رویکردهای شناختی در علوم اطلاعات پرداختند و بیان کرد که علوم اطلاعات نیازمند چارچوب‌های نظری یکپارچه است که بتواند عناصر رویکرد اجتماعی و نیز شناختی را با هم در جهت حل مسائل تحقیق خود به کار گیرد. رویکرد شناختی می‌تواند برای مطالعه مفاهیم و فرآیندهای متعددی که در توزیع اطلاعات، پخش و انتقال آن حیاتی هستند، مورد استفاده قرار گیرد. همچنین مهم است که استفاده از علوم شناختی به حوزه‌های دیگر علوم اطلاعات گسترش یابد و دامنه مطالعات چند بعدی توسعه یابد. کالوی^۱ و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه‌ی خود به استفاده منطقی از منابع شناختی در برنامه ریزی انسانی پرداختند. یافته‌ها نشان داد منابع شناختی، به فرایند آموزش کارکنان نسبت به وظایف دیگر مدیریت منابع انسانی بیشتر توجه می‌شود. در مجموع کیفیت مدیریت منابع انسانی با رویکرد شناختی مطلوب می‌باشد. یان پن^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ی خود به بررسی نقش تقویت خلاقیت در سازمان‌ها و نقش نیاز به شناخت کارکنان پرداختند و نشان دادند که نیاز به شناخت با خلاقیت فردی ارتباط مثبت دارد. علاوه بر این، این مطالعه نشان می‌دهد که پشتیبانی سازمانی ادراک شده از خلاقیت می‌تواند نیاز فرد به شناخت را در هنگام خلاقیت فردی تکمیل کند. جامولاداما^۳ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ی

¹ Callaway et al

² Yan pen et al

³ Jamuladama

خود به بررسی و طراحی فرایندهایی که تغییر شناختی را در سازمان ایجاد می کند پرداخت و نشان می دهد که تغییر تیم مدیریت عالی همیشه مسیر تغییر در شناخت مدیریتی را فراهم نمی کند. گاهی اوقات مدیر عالی مجبور است از طریق یادگیری، تغییرات شناختی و شناختهای جدید را ایجاد کند و برای تدوین و اجرای یک استراتژی به جستجوی راه بپردازد. کامبوره و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه ی خود به بررسی ارتباط بین شناخت مدیریتی و عملکرد صنعتی از منظر ارزیابی با استفاده از نقشه های شناختی استراتژیک با استفاده از تحلیل مقایسه ای کیفی مجموعه فازی پرداخت و بیان کردند که فرصت های مختلف تنوع شناختی برای افزایش عملکرد شرکت در بازار را تایید می کند. گاد و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه ی خود به بررسی نتایج حاصل از دو آزمایش را که محتوای برنامه یکسان را ارزیابی می کنند پرداختند که هر کدام حالت متفاوتی از تحویل محتوا را بکار می برند. هر دو نوع آموزش با هدف تغییر اعتماد مدیران به حمایت بهتر از نیازهای روانی و انگیزشی پرسنل انجام شده است آن ها نشان دادند که اعتماد مدیران از اساس با هر دو روش آموزش بهبود یافت. یک تغییر بزرگ تر با آموزش مواجهه رو به رو نسبت به اینترنت مشاهده شد اگرچه هر دو روش در طول زمان بهبود یافتند. توری و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه ی خود به بررسی ارزیابی تأثیر عوامل یادگیری شناختی بر توسعه پایدار سازمانی پرداختند و بیان کردند که تأثیر قابل توجهی از عوامل شناختی بر توسعه سازمانی در سازمان های یادگیرنده مانند دانشگاه ها وجود دارد. در میان همه ی، کارکنان دانش و توانمندی در مقایسه با سایر عناصر شناختی قابل توجه تر بودند. سای و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله ی خود به توسعه ی نظریه ی شناختی در طراحی و مدیریت بیماران بدحال پرداختند و نشان دادند که طراحی روند و فرآیندهای مدیریت بیماران بدحال، نیازمند شناسایی شاخص های شناختی اعم از ویژگی های شخصیتی و ادراکی آن ها دارد.

روش شناسی پژوهش

از آن جایی که هدف تحقیق، طراحی الگوی شناختی توسعه ی کارکنان صنایع خلاق در بخش خبر صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران می باشد، تحقیق از نوع کاربردی است، تحقیق از نظر فرایند گردآوری داده ها توصیفی و میدانی از نوع کیفی است. مشارکت کنندگان تحقیق شامل مدیران و خبرگان فعال و مسلط به امور شناختی و مدیریت منابع انسانی در سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران می باشند که با روش غیرتصادفی هدفمند ۲۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از روش های کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است، ابزار گردآوری داده ها مصاحبه می باشد. جهت

¹ Kambore et al

² God et al

³ Turi et al

⁴ Say et al

اعتبار یابی اطلاعات گردآوری شده از نظرات دو داور خارجی و تطابق یافته ها با ادبیات تحقیق استفاده گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از رویکرد تحلیل مضمون استفاده گردید. تحلیل مضمون روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است. و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌نماید (براون و کلارک، ۲۰۰۹). تحلیل مضمون، صرفاً روش کیفی خاصی نیست بلکه فرآیندی است که می‌تواند در اکثر روش‌های کیفی به کار رود. به طور کلی تحلیل مضمون روشی است برای:

الف) دیدن متن؛

ب) برداشت و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتبط؛

ج) تحلیل اطلاعات کیفی؛

د) مشاهده نظام‌مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان و یا فرهنگ؛

ه) تبدیل داده‌های کیفی به داده‌های کمی (۴)

در مقاله‌ی حاضر از مدل آتراید و استیرلینگ (۲۰۰۶) برای تحلیل مضمون استفاده می‌شود. این مدل شامل سه مرحله کلی می‌باشد. مرحله اول، تجزیه متن، مرحله دوم اکتشاف متن و مرحله سوم، یکپارچه سازی اکتشافات. در هر یک از این مراحل، سطح انتزاعی بیشتری جهت تحلیل به تناسب مراحل مورد نیاز است. همچنین این فرایند جامع سه مرحله ای در مدل شبکه مضامین، توسط شش گام انجام می‌گیرد. جدول (۱) مراحل و گام‌های هر یک از مراحل را در این تحقیق در بخش کیفی انجام می‌گیرد را نشان می‌دهد:

جدول ۱. مراحل انجام بخش کیفی (تحلیل مضمون) (۶)

مرحله اول تحلیل: تجزیه متن
گام اول - کدگذاری داده خام الف) تدوین چارچوب کدگذاری، بر پایه مفاهیم و نظریه‌ها و سؤالات تحقیق ب) تجزیه متن به بخش‌های متنی با استفاده از چارچوب کدگذاری
گام دوم - تعیین و شناسایی مضامین الف - انتزاع مضامین از بخش‌های متنی کدگذاری شده ب- پالایش مضامین، به منظور دقیق و متمایز بودن مضامین
گام سوم - ساخت شبکه مضامین الف - مرتب‌سازی مضامین

¹ Braun & Clark

ب- انتخاب مضامین پایه: (مضامین اولیه مستخرج از متن)
ج- مرتب سازی مضامین پایه به مضامین سازمان دهنده: (خوشه بندی مضامین پایه توسط مضامین سازمان دهنده)
د- استخراج مضمون فراگیر: خوشه بندی مضامین سازمان دهنده
ه- مصور ساختن شبکه‌های مضامین
و- ممیزی و پالایش شبکه‌ها: ارتباط داده‌ها با مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر
مرحله دوم تحلیل: اکتشاف متن
گام چهارم- توصیف و اکتشاف شبکه‌های مضامین
الف-توصیف شبکه: توصیف محتوا شبکه از طریق بخش های متنی کدگذاری شده
ب- اکتشاف شبکه: استخراج الگوها و یافته‌ها در حین توصیف شبکه
گام پنجم - تلخیص شبکه مضامین
مرحله سوم تحلیل: یکپارچه سازی اکتشافات
گام ششم - تفسیر الگوها: تشریح یافته‌ها در ارتباط با سؤالات پژوهش

با توجه به مطالب ذکر شده در مورد انواع تحلیل محتوا و با توجه به هدف و سؤال اصلی تحقیق که طراحی الگوی شناختی توسعه‌ی کارکنان صنایع خلاق در بخش خبر صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران می‌باشد و با در نظر گرفتن ابزار گردآوری داده‌ها برای تحقیق کیفی، در این تحقیق از تحلیل محتوای کیفی استقرایی برای روی مصاحبه‌ها استفاده شده است.

این پژوهش بر اساس مسئله و هدف تعیین شده، به دنبال پاسخ به سؤال زیر است:

الگوی شناختی توسعه‌ی کارکنان صنایع خلاق در بخش خبر صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟

مشخصات افراد مصاحبه‌شونده به صورت جدول (۲) می‌باشد:

جدول ۲. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

جنسیت	مرد	۱۴
	زن	۶
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۳
	دکتری	۱۷
سابقه کار	بین ۵ تا ۱۰ سال	۱
	بین ۱۰ تا ۱۵ سال	۳
	بین ۱۵ تا ۲۰ سال	۶

۵	بین ۲۰ تا ۲۵ سال	رشته تحصیلی
۵	بین ۲۵ تا ۳۰ سال	
۱۰	مدیریت منابع انسانی	
۶	مدیریت دولتی	
۴	روان شناسی	

یافته‌های تحقیق

برای بررسی نتایج تحقیق، نخست متون پیاده سازی شده مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با دقت بررسی شد و پس از وارد کردن آن‌ها در جدول‌ها و جدا کردن جملات معنادار آن‌ها در سطرهای مختلف جدول، عوامل شناسایی شده به روش تحلیل مضمون تحلیل و گروه‌بندی شدند.

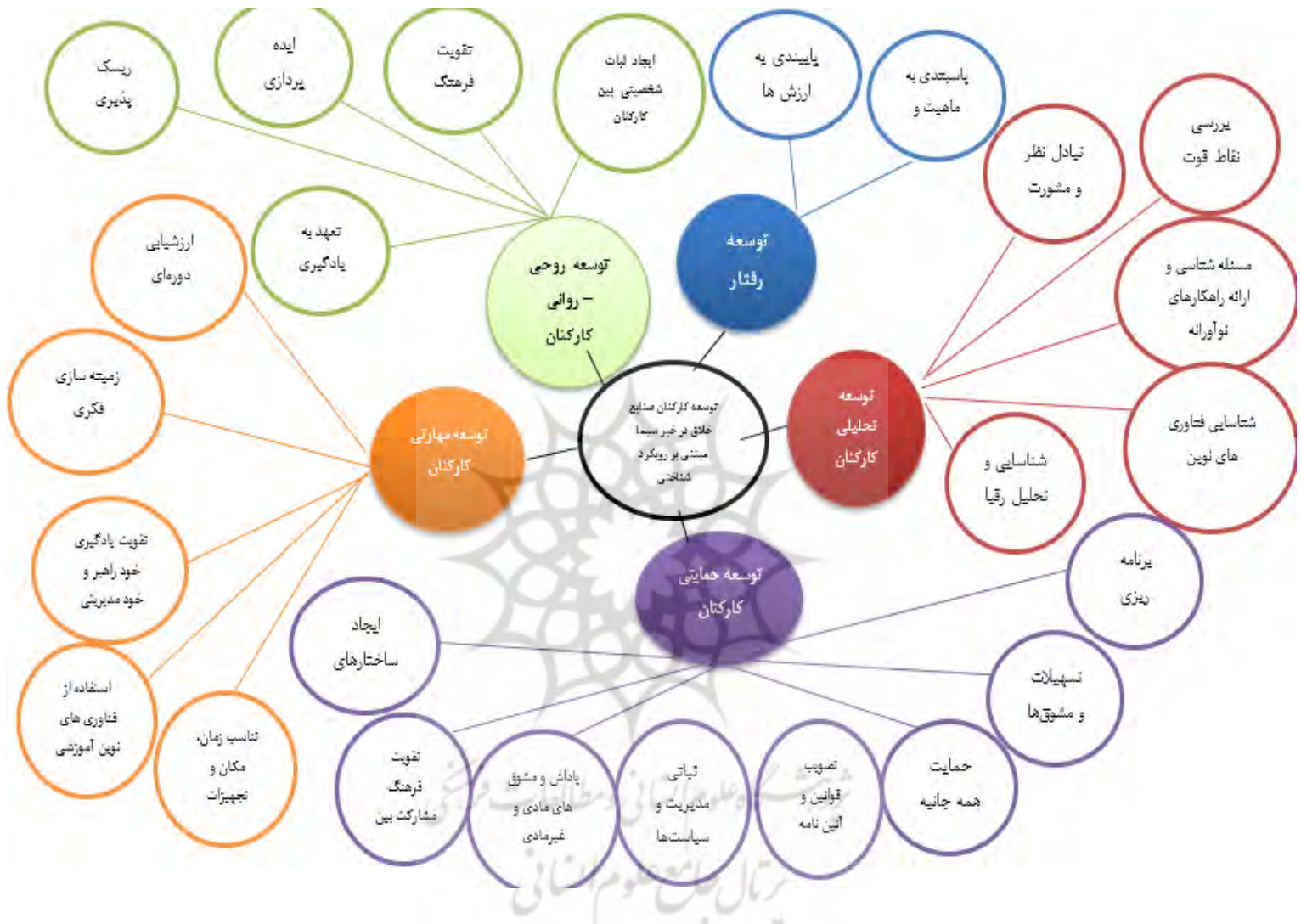
بعد از انجام تحلیل مضمون، پنج مضمون فراگیر شامل توسعه حمایتی کارکنان، توسعه مهارتی کارکنان، توسعه ذهنی و روانی کارکنان، توسعه رفتاری کارکنان و توسعه تحلیلی کارکنان شناسایی شدند که به صورت جدول (۳) می‌باشد:

جدول ۳. دسته بندی مضامین

کدگذاری باز (مفاهیم مستخرجه)	کدگذاری محوری
حمایت همه جانبه مدیریت ارشد سازمان از کارکنان خلاق و نوآور	توسعه حمایتی کارکنان
تصویب قوانین و آیین نامه های تسهیل کننده توسعه منابع انسانی	
ثبات مدیریت و سیاست‌های پایدار در حوزه توسعه منابع انسانی	
پاداش و مشوق های مادی و غیرمادی در راستای توسعه روحی و معنوی کارکنان	
تقویت فرهنگ مشارکت بین کارکنان با نگاه توسعه و توانمندسازی	
تقویت و بهسازی روحیه کارکنان توسط مدیران ارشد	
ایجاد ساختارهای ارگانیک و تخت به منظور توسعه مشارکت	
تسهیل فرآیندهای سازمانی به نفع کارکنان خلاق	
ایجاد نوآوری در بین کارکنان	توسعه مهارتی کارکنان
برگزاری کارگاه های تخصصی	
استفاده از فناوری های نوین آموزشی	
توسعه خودکارآمدی کارکنان	
تقویت یادگیری خود راهبر و خود مدیریتی	

کدگذاری محوری	کدگذاری باز(مفاهیم مستخرجه)
	افزایش سطح تعامل و همکاری بین کارکنان
	افزایش سطح مهارتی کارکنان متناسب با تخصص و جایگاه سازمانی
	ارتقاء مستمر دانش و پژوهش مهارت محور
	توسعه مهارت های علمی و تحصیلی کارکنان
توسعه ذهنی و روانی کارکنان	روحیه انتقاد پذیری
	ارتباطات میان فردی
	تقویت فرهنگ خودباوری کارکنان
	توسعه رفتاری کارکنان
	ایجاد ثبات شخصیتی بین کارکنان
	خودپادگیری و خودارتقای
	خوش اخلاق بودن
	خوش قول بودن و تعهد کاری
توسعه رفتاری کارکنان	تقویت انضباط کاری
	پایبندی به ارزشها و هنجارهای سازمانی
	توجه به قوانین در حوزه صنایع خلاق
توسعه تحلیلی کارکنان	پایبندی به ماهیت و اصول اخلاق حرفه‌ای
	الگوبرداری از صنایع خلاق پیشرو در جهان در عرصه رسانه
	مسئله شناسی و ارائه راهکارهای نوآورانه
	شناسایی فناوری های نوین در عرصه رسانه های فرهنگی
	شناسایی و تحلیل رقبا در حوزه رسانه
	تبادل نظر و مشورت به منظور ارائه ایده های بهبود
بررسی نقاط قوت و ضعف سازمانی در حوزه صنایع خلاق	

در نهایت مدل شبکه‌ای و الگوی مفهومی تحقیق به صورت شکل (۲) می‌باشد:



شکل ۲. ابعاد شناسایی شده جهت توسعه کارکنان صنایع خلاق در خبر سیما مبتنی بر رویکرد شناختی (برگرفته از کدگذاری باز و محوری)

بحث و نتیجه گیری

صنایع خلاق، صناعی هستند که اساس آنها ایجاد و انتشار دانش و اطلاعات است. ریشه این مفهوم در قالب صناعی باز می‌گردد که در طی زمان و با انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات فرهنگی چون سینما، نرم افزار، موسیقی، پویا نمایی، بازی رایانه‌ای و... ظهور می‌یابد. با این رویکرد، صنایع خلاق صناعی محسوب می‌شوند که اصل و ریشه خود را از خلاقیت، مهارت و استعداد افراد گرفته‌اند و پتانسیل تولید ثروت و شغل آفرینی را دارند. هدف اصلی از تقویت صنایع خلاق در سازمان‌هایی نظیر صدا و سیما، گسترش دانش و اطلاعات، بهره‌وری از خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها، به اشتراک گذاشتن تفکرها، مهارت‌ها، استعدادها و خلاقیت‌های فردی در کسب و کار است که باعث بالارفتن پتانسیل تولید ثروت و شغل آفرینی خواهد شد؛ همچنین باعث بروز جذابیت‌های فرهنگی، فن آوری، میراث معنوی و تسریع در انتقال دانش و اطلاعات خواهد شد. صنایع خلاق، نشانه‌ای از تحول صنعت فرهنگی است که دنباله‌گر تغییرات ساختاری ناشی از تایید فناوری‌های نوین و محصولات جدید می‌باشد. منطق اولیه فعالیت‌های متفاوت در این صنایع، خلاقیت فردی و سرمایه فکری موجود در این فعالیت‌ها است و فصل مشترک تمام آنها، ویژگی زیبایی شناسانه این صنایع است. در توسعه‌ی صنایع خلاق، منابع انسانی رکن اساسی و مهمی را دارد. به اعتقاد بسیاری از متخصصین حوزه کسب و کار و مدیریت، یکی از عناصر کلیدی هر سازمانی، منابع انسانی آن مجموعه است. نکته‌ای که در این خصوص بسیار حائز اهمیت است، مدیریت سرمایه اصلی هر سازمان یعنی همان نیروی انسانی می‌باشد. مدیریت منابع انسانی یکی از نقش‌های اثرگذار در هر سازمان است. ضرورت منابع انسانی در یک مجموعه به قدری زیادی است که کارشناسان این حوزه در سال‌های اخیر تمرکز زیادی بر روی مدیریت آن داشته‌اند. با توجه به اهمیت مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها در راستای تقویت صنایع خلاق، در رساله‌ی حاضر محقق به دنبال بررسی این موضوع است که مدیران در صنایع خلاق بخش خبر سیمای جمهوری اسلامی ایران چگونه می‌توانند توسعه‌ی منابع انسانی از منظر شناختی را فراهم آورد. این پژوهش با طرح این سوال اصلی که مدل مناسب برای توسعه منابع انسانی از منظر شناختی در صنایع خلاق بخش خبر سیمای جمهوری اسلامی ایران کدام است؟ به منظور پاسخ به این سؤال اساسی و دست‌یابی به هدف تحقیق، محقق در فصل مربوط به مبانی نظری پژوهش، به بیان ادبیات و پیشینه پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج از کشور پرداخته شده است و در نهایت، مدل مفهومی تحقیق با اقتباس از مبانی نظری مطرح شده طراحی و تدوین شد. با انجام بررسی‌های علمی، مصاحبه‌های عمیق و مطالعات میدانی که طی این پژوهش انجام گرفت به منظور طراحی الگوی مطلوب توسعه منابع انسانی در صنایع خلاق مبتنی بر رویکرد شناختی در بخش خبر صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، رویکرد آمیخته به کارگیری شد. بدین مفهوم که تمام عوامل و مؤلفه‌های دخیل در توسعه‌ی منابع انسانی از منظر شناختی تحت پنج بُعد اصلی شامل ۱- توسعه‌ی

رفتاری کارکنان، ۲- توسعه‌ی روحی-روانی کارکنان، ۳- توسعه‌ی مهارتی کارکنان، ۴- توسعه‌ی حمایتی کارکنان و ۵- توسعه‌ی تحلیلی کارکنان شناسایی و طبقه‌بندی شد و پس از آن، اصلاحات لازم برابر با نظرات خبرگان و متخصصان و مبانی علمی اعمال گردید. در مراحل بعدی، سعی گردید تا مهمترین شاخص‌های هر کدام از ابعاد به صورت جامع، مانع، کامل و فراگیر بر اساس کدگذاری‌های انجام شده حاصل از مصاحبه‌های صورت گرفته با خبرگان، متخصصان و اساتید دانشگاهی، تعیین و شناسایی شود و در نهایت چارچوب مفهومی مدل طراحی و ارائه گردید.

تحقیقات نشان می‌دهند که توسعه مهارتی کارکنان یکی از ابعاد اصلی رویکرد روانشناختی می باشد که از طریق تقویت یادگیری خود راهبر و خود مدیریتی، (۹)، افزایش سطح تعامل و همکاری بین کارکنان (۱۴)، افزایش سطح مهارتی کارکنان متناسب با تخصص و جایگاه سازمانی (۱۱)، ارتقاء مستمر دانش و پژوهش مهارت محور (۱۹) و توسعه مهارت های علمی و تحصیلی کارکنان (۲۱) می تواند تحقق یابند. در خصوص توسعه‌ی روحی-روانی کارکنان تحقیقات نشان می‌دهند که توسعه رفتاری کارکنان، ایجاد ثبات شخصیتی بین کارکنان، خودیادگیری و خودارتقایی، خوش اخلاق بودن و خوش قول بودن و تعهد کاری نقش مهمی دارند (۲۶).

در خصوص توسعه‌ی مهارتی کارکنان می توان بیان داشت که توجه به افزایش سطح تعامل و همکاری بین کارکنان، افزایش سطح مهارتی کارکنان متناسب با تخصص و جایگاه سازمانی، ارتقاء مستمر دانش و پژوهش مهارت محور و توسعه مهارت های علمی و تحصیلی کارکنان باید مورد توجه قرار گیرند (۲۴). توسعه‌ی حمایتی کارکنان نیز از طریق پاداش و مشوق های مادی و غیرمادی در راستای توسعه روحی و معنوی کارکنان، تقویت فرهنگ مشارکت بین کارکنان با نگاه توسعه و توانمندسازی، تقویت و بهسازی روحیه کارکنان توسط مدیران ارشد، ایجاد ساختارهای ارگانیک و تخت به منظور توسعه مشارکت و تسهیل فرآیندهای سازمانی به نفع کارکنان خلاق در سازمان صدا و سیما محقق گردید. (۲۴، ۲۰). در نهایت می توان توسعه‌ی تحلیلی کارکنان را از طریق مسئله شناسی و ارائه راهکارهای نوآورانه، شناسایی فناوری های نوین در عرصه رسانه های فرهنگی، شناسایی و تحلیل رقبا در حوزه رسانه و تبادل نظر و مشورت به منظور ارائه ایده های بهبود در سازمان صدا و سیما نهادینه نمود.

با توجه به این که چارچوب مفهومی مدل شامل ابعاد و شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر توسعه‌ی منابع انسانی مبتنی بر رویکرد شناختی است به منظور عملیاتی شدن و اجرای اثربخش مدل، اقدامات ذیل باید توسط متولیان و مسئولان در سازمان صدا و سیما صورت پذیرد:

- مدیران با برنامه ریزی و استفاده از سبک های مهارتی، تغییر را به عنوان فرصت از طریق رایه ایده ها و خلاقیت های جدید ایجاد نمایند.

- کاهش سلسله مراتب سازمانی و از میان رفتن مرزها، روابط بیشتر بر مبنای مشارکت و ایجاد وحدت رویه شکل گیرد و اطاعت سهم کمتری در این ساختار تشکیلاتی داشته باشد.
- ایجاد انگیزه و سازوکارهای تشویقی به منظور اصلاح مقررات و محدودیت‌های دست و پاگیر.
- در آیین نامه های ارتقای کارکنان، برنامه صریحی برای تشویق آنها وجود داشته باشد و همچنین روش هایی مانند اعتبار ویژه و سایر روش های حمایتی مانند واگذاری مالکیت فکری نتیجه تحقیقات اساتید به خودشان، می توان ایشان را به بالندگی با محوریت کارآفرینی تشویق نمود.
- جهت توانمندسازی و توسعه مهارت های مدیران و کارکنان، استفاده از اصول و راهبرد های مدیریت کلاس با محوریت کارآفرینی غفلت نشود.
- با توجه به شرایط منحصر به فرد بخش خبر سیما، در سازمان شرایطی مهیا شود که موازی با مدیران؛ کارکنان علاوه بر بهره گیری از تجربه و مهارت های کسب شده موجود، به متبلور نمودن خلاقیت و کشف شایستگی بپردازند و پس از نیازسنجی آموزشی؛ دوره های مورد نیاز با هدف ترغیب به نوآوری و پرورش ایده های خلاقانه کارکنان برگزار شود.
- با توجه به ساختار بخش خبر سیما، از طریق جانشین پروری مدیران و کارکنان بر اساس شایستگی می توان موجب انگیزه افزایشی شد؛ زیرا کمک می کند فرد روند کنونی فعالیت ها و نقش های فعلی را ادامه داده و عین حال آمادگی لازم جهت مواجهه با چالش های آتی را کسب نماید.
- با توجه به ساختار صنایع خلاق در بخش خبر، آموزش و کسب دانش و مهارت های نوین روز و پرورش ایده های خلاقانه و استعدادیابی با تاکید بر تغییر در رفتار و نگرش سنتی مدیران و کارکنان توسط برنامه ریزان سازمان ها مورد توجه قرار گیرد.
- از مهمترین محدودیت های تحقیق محدود بودن یافته ها به سازمان صدا و سیما ایران است و برای تحقیقات آتی نیز پژوهشگران می توانند از روش های کمی نظیر معادلات ساختاری به کمی سازی مدل اقدام نمایند، همچنین می توانند به سایر روش های کیفی نظیر گرنند تئوری یک الگوی فرایندی تدوین نمایند.

منابع

۱. ابیلی، نارنجی ثانی، فاطمه، مزاری، ابراهیم. (۱۳۹۹). کاربرد علوم شناختی در مدیریت (با بهره گیری از رویکرد فراترکیب). فصلنامه پژوهش های کاربردی روان شناختی، دوره ۱۱، شماره ۳.
۲. ارسلان، محسن. واعظی، رضا. (۱۳۹۸). الگوی توسعه منابع انسانی در بخش دولتی استان کرمان در ۱۴۰۴. فصلنامه پژوهش های مدیریت عمومی. دوره ۱۲، شماره ۴۳.
۳. بهشتی فر، ملیکه، شهبازیان، احد. (۱۳۹۸). ارائه الگوی اثربخش توانمندسازی روانشناختی کارکنان. فصلنامه توانمندسازی سرمایه انسانی، دوره ۲، شماره ۳.
۴. رجایی، زهرا و رشیدی، مهدی و اسماعیلی، جلیل، (۱۴۰۰). مطالعه و بررسی تاثیر عوامل یادگیری شناختی منابع انسانی بر توسعه پایدار سازمانی، اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، ساری، <https://civilica.com/doc/1463388>
۵. کرسول، جان دبلیو، (۱۳۹۷). طرح پژوهش: رویکردهای کیفی. مترجم علیرضا کیامنش و مریم دانای طوسی، (چاپ هشتم). تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، واحد علامه طباطبائی.
۶. حدادی، طاهره، سلیمی، مهتاب، جهانیان، رمضان. (۱۳۹۹). ارائه الگوی مفهومی توسعه عملکرد منابع انسانی با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه بنیاد مستضعفان)، فصلنامه مطالعات منابع انسانی.
۷. عابدی جعفری، حسن، تسلیمی، محمدسعید، فقیهی، ابوالحسن، شیخ زاده، محمد. (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده های کیفی. فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی. دوره ۵، شماره ۲.
۸. محمدزاده، پرویز. شیرافکن، مهدی. بهبودی، داود. (۱۳۹۸). بنیاد در شناسایی الگوی ذهنی تقاضای مسکن در شهر تبریز: رویکرد علوم شناختی، فصلنامه اقتصاد شهری. دوره ۴، شماره ۱.
9. Ahlstrom, D., 2010. Innovation and growth: how business contributes to society. *Acad. Manag. Perspect.* 24, 11e24.
10. Azwa Ambed, S.N., & Bahrom, A. (2012). Psychological Empowerment and its Relationship to Trust in Immediate Managers". *Journal of Business Research.* 60.(4).
11. Callaway, F., van Opheusden, B., Gul, S. et al. Publisher Correction: Rational use of cognitive resources in human planning. *Nat Hum Behav* 6, 1027 (2022). <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01411-w>
12. Cho, Y. H., & Song, H. J. (2017). Determinants of turnover intention of social workers: Effects of emotional labor and organizational trust. *Public Personnel Management.* 46(1).

13. Damghanian, H., & Plano Clark, V.L. (2016). Investigating the relationship between effective strategies of empowerment managers in the field of water industry in some private companies in Tehran. *Journal of current research in science*, 5(1).
14. Becker, B., Gerhart, B., 1996. The impact OF human resource management ON organizational performance: progress and prospects. *Acad. Manag. J.* 39, ۷۷۹e801. <https://doi.org/10.2307/256712>.
15. Dumont, J., Shen, J., Deng, X., 2017. Effects of green HRM practices on employee workplace green behavior: the role of psychological green climate and employee green values. *Hum. Resour. Manag.* 56, 613e627. <https://doi.org/10.1002/hrm.21792>.
16. Erturk, A., Taner, M. Strategic Empowerment in Human Resource Management, *Journal of Business and Management*.
17. Eizaguirre, A., García-Feijoo, M., Laka, J.P., 2019. Defining sustainability core competencies in business and management studies based on multinational stakeholders' perceptions. *Sustainability* 11, 2303.
18. Kim, K.S., Shin, T.H., 2019. Additive effects of performance- and commitment- oriented human resource management systems on organizational outcomes. *Sustain. Times* 11. <https://doi.org/10.3390/su11061679>.
19. Kaur, S., Gupta, S., Singh, S.K., Perano, M., 2019. Organizational ambidexterity through global strategic partnerships: a cognitive computing perspective. *Technol. Forecast. Soc. Change* 145, 43e54. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.04.027>
20. Jackson, S.E., Renwick, D.W.S., Jabbar, C.J.C., Muller-Camen, M., 2011. State-of-the- Art and Future Directions for Green Human Resource Management: Introduction to the special issue | Forschungsstand und entwicklungsmöglichkeiten für umweltorientiertes personalmanagement: einföhrung in das schwerpunktheft. *Zeitschrift für Pers* 25, 99e116. https://doi.org/10.1688/1862-0000_ZfP_2011_02_Jackson.
21. Piwovar-Sulej, K., 2018. Employee 4.0 from the competitive perspective. *Stud. i Pr. WNEiZ* 52, 121e129. <https://doi.org/10.18276/sip.2018.52/3-12>.
22. Piwovar-Sulej, K., 2020a. Pro-environmental organizational culture: its essence and a concept for its operationalization. *Sustainability* 12, 4197. <https://doi.org/10.3390/su12104197>.
23. Singh, S.K., Del Giudice, M., Tarba, S.Y., De Bernardi, P., 2019. Top management team shared leadership, market-oriented culture, innovation capability,

and firm performance. *IEEE Trans. Eng. Manag.* 1e11. <https://doi.org/10.1109/TEM.2019.2946608>

24. Sambrook, S. (2017). Making sense of our self in HRD: self-less, self-ish and self-ie?.

Human Resource Development International, 20(5), 382-392.

25. Shen, J., Dumont, J., Deng, X., 2018. Employees' perceptions of green HRM and non-green employee work outcomes: the social identity and stakeholder perspectives. *Group Organ. Manag.* 43, 594e622. <https://doi.org/10.1177/1059601116664610>.

26. Sulji, K. (2021). Human resources development as an element of sustainable HRM e with the focus on production engineers, *Journal of Cleaner Production*.

27. Tian, M., Deng, P., Zhang, Y., Salmador, M.P., 2018. How does culture influence innovation? A systematic literature review. *Manag. Decis.* 56, 1088e1107. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2017-0462>.

28. Whysall, Z., Owtram, M., Brittain, S., 2019. The new talent management challenges

of Industry 4.0. *J. Manag. Dev.* 38, 118e129. <https://doi.org/10.1108/JMD-06->

۰۱۸۱-۲۰۱۸

29. Zibarras, Lara D., Coan, P., 2015. HRM practices used to promote pro-environmental behavior: a UK survey. *Int. J. Hum. Resour. Manag.* 26, 2121e2142

