

عنوان مقاله: ارائه مدل شایستگی نیروی انسانی در سازمان‌های خبری: مطالعه موردی

طاهر روشندل اربطانی^۱ - سیدجواد جعفری زوج^۲

دریافت: ۱۳۹۴/۱/۳۰

پذیرش: ۱۳۹۴/۹/۲۳

مقاله برای اصلاح به مدت ۴ روز نزد پدیدآوران بوده است.

چکیده:

شناسایی و جذب نیروهای شایسته در هر سازمان، یک مقوله راهبردی است که این موضوع در سازمان‌های خبری به مراتب از اهمیت بیشتری برخوردار است. این پژوهش با هدف شناسایی ویژگی‌های یک خبرنگار حرفه‌ای به منظور ارائه مدل شایستگی نیروی انسانی در سازمان‌های خبری انجام شده است. روش پژوهش مورد استفاده، نظریه داده‌بنیاد و جامعه آماری این پژوهش ۱۹ نفر از متخصصان و خبرنگاران عرصه رسانه‌ای داخل کشور بوده است که به صورت هدفمند انتخاب شده و مورد مصاحبه نیمه ساختاریافته قرار گرفته‌اند. در این پژوهش، علاقه به خبرنگاری، دارا بودن شم خبری، ضریب هوشی بالا، سرعت بالای انتقال مفاهیم، کنجکاوی، خلاقیت، قدرت تعامل و ارتباط‌گیری، درک و گیرایی بالا، منضبط بودن، ادب و متانت، شجاعت، واقع‌بینی، روحیه مطالعه مستمر و یادگیری، مهارت نویسندگی، تسلط به فناوری‌های نوین ارتباطی، تسلط به یک زبان خارجی رایج و اطلاعات عمومی بالا از مهم‌ترین ویژگی‌های یک خبرنگار شایسته شناسایی شدند. همچنین بر اساس یافته‌های پژوهش، مدل پارادایمی شایستگی نیروی انسانی ویژه سازمان‌های خبری طراحی و ارائه شده است.

۱. دانشیار دانشکده مدیریت
دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)
arbatani@ut.ac.ir
۲. کارشناس ارشد مدیریت
رسانه دانشگاه تهران
jafarizoj@ut.ac.ir

کلیدواژه‌ها: شایستگی، نیروی انسانی، سازمان خبری، خبرنگار،
خبرگزاری ایرنا.

مقدمه

انتخاب افراد شایسته برای مشاغل سازمانی، همواره یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های اندیشمندان علم مدیریت بوده و بدیهی است استفاده از روش‌های علمی موجب می‌شود فرد مناسب‌تری در سازمان قرار گیرد و استفاده بهینه از منابع سازمان، به حداکثر میزان خود نزدیک‌تر شود (یوسفی و عرفانی، ۱۳۸۸). بنابراین تعیین و شناخت شایستگی‌های فردی، مدیریتی و سازمانی، برای سطوح مختلف شغلی در سازمان‌ها به صورت ضرورتی اجتناب‌ناپذیر جلوه می‌کند (اولریش، ۱۳۸۸).

مشخصه دنیای امروز تغییرات مستمر و دائمی است. سازمان‌ها و به ویژه سازمان‌های رسانه‌ای به منظور مواجهه با چنین چالشی باید به نقش حیاتی یادگیری و توسعه برای بقا و رشد خود واقف باشند. در واقع سازمان‌های رسانه‌ای باید به توسعه دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان خود بیش از پیش توجه کنند (Nolan, 2002).

لندرز و اولمستد^۱ منابع صنعت رسانه‌ای را به دو گونه کلی دانش‌بنیان و منابع مادی و مالکیتی تقسیم‌بندی می‌کنند. منابع دانش‌بنیان در صنایع رسانه‌ای، نظامی معنادار برای دسته‌بندی و تحلیل منابع سازمان‌های رسانه‌ای ارائه می‌کند چرا که منابع دانش‌بنیان در توسعه مزیت‌های رقابتی در صنعت رسانه اهمیت ویژه‌ای دارند. منابع دانش‌بنیان برای یک سازمان رسانه‌ای منابعی غیر قابل تقلید هستند که تا مدت‌های زیادی در انحصار آن سازمان می‌مانند و برای رقیب غیر قابل تقلید هستند. در صنعتی که در آن محصول نهایی به طور عمده به شکل یک محتوای ناملموس است، خلاقیت و دانش به عنوان یک منبع پایان‌ناپذیر عناصر اصلی تولید محتوا هستند و این محتوا کلید موفقیت در هر سازمان رسانه‌ای است. منابع دانش‌بنیان شامل مهارت‌های مدیریتی، مهارت‌های کارکنان، متخصصان تکنولوژی‌های جدید، متخصصان چندمنظوره در سازمان رسانه‌ای و مخاطبان حرفه‌ای می‌شود که سازمان رسانه‌ای با داشتن این منابع می‌تواند به توان بالایی از مزیت رقابتی دست پیدا کند. مطالعات نشان داده‌اند منابع مادی مبتنی بر مالکیت مانند دسترسی به بازار، کیفیت بالای محصولات، فناوری تولید و... منابعی تقلیدپذیر برای سازمان‌های رقیب هستند که سازمان مذکور باید برای حفظ آنها هزینه زیادی بکند. این منابع مادی منجر به عملکرد بالاتر

1. Landers & Chan-Olmsted

در محیط‌های پایدار می‌شود درحالی‌که منابع دانش‌بنیان در محیط‌های نامطمئن، عملکرد بالاتری خواهند داشت (Landers & Chan-Olmsted, 2002).

پرسش اصلی این پژوهش این است که مدل شایستگی خبرنگاران سازمان‌های خبری واجد چه ویژگی‌هایی است؟ و این پرسش در قالب پرسش‌های فرعی زیر مورد توجه قرار می‌گیرد:

خصوصیات اصلی برای احراز حرفه خبرنگاری کدامند؟ چه نوع دانش و معلوماتی برای احراز حرفه خبرنگاری ضرورت دارد؟ وجود چه نوع مهارت‌هایی برای احراز حرفه خبرنگاری لازم است؟ چه ویژگی‌های شخصیتی برای احراز حرفه خبرنگاری ضرورت دارد؟

مبانی نظری پژوهش

روش‌شناسی مبتنی بر شایستگی به شکل مدون و امروزی به وسیله شرکت هی - مکبر^۱ که موسس آن دیوید مک کلند^۲ بود، در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ ارائه شد. مک کلند کار را با تعریف متغیرهای شایستگی که می‌توانستند عملکرد شغلی را پیش‌بینی کنند و تحت تاثیر جنسیت، نژاد یا مولفه‌های اجتماعی و اقتصادی قرار نمی‌گرفتند، آغاز کرد. مطالعات او به شناسایی جنبه‌های مختلف عملکرد کمک کرد. پژوهش مک کلند را که در سال ۱۹۷۳ در آمریکا سایکولوژیست^۳ با عنوان «آزمون شایستگی به جای آزمون هوش»^۴ درج شد، می‌توان نقطه عطف مهمی در توسعه نهضت شایستگی به عنوان یک گزینه انتخابی در برابر جنبش تست هوش دانست. محبوبیت و رواج رویکرد شایستگی در اوایل دهه ۱۹۹۰ به اوج خود رسید و هم‌اکنون نیز ادامه دارد و تاثیرات زیادی را بر بسیاری از سازمان‌ها داشته است (قرائی‌پور، ۱۳۸۲).

نیوسام، کاتانو و دی برخی از مهم‌ترین تعاریف را گردآوری کرده‌اند: (Newsome, Catano & Day, 2003)

● ویژگی اساسی فرد که به طور تصادفی به عملکرد موثر یا برتر در یک شغل یا موقعیت شغلی ارتباط پیدا می‌کند.

● مهارت‌ها و عاداتی که برای کارکنان لازم است تا در یک شغل موثر باشند.

● ویژگی‌هایی که به عملکرد یا رفتار در کار مربوط می‌شوند.

● رفتارهایی که افرادی با عملکرد برتر و در مقایسه با افراد با عملکرد متوسط با ثبات بیشتری

1. Hay-McBer
2. David McClelland
3. American Psychologist
4. Testing for Competence rather than for Intelligence

نمایش و ابراز می‌دارند.

• دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و سایر خصیصه‌ها که برای شکل‌دهی رفتارهای مطلوب در آینده مورد تقاضاست.

• دانش، مهارت، توانایی یا ویژگی‌های مرتبط با عملکرد بالا در یک شغل

• هرگونه دانش، مهارت، توانایی یا کیفیت شخصی است که از طریق رفتار نشان داده می‌شود و منجر به تعالی خدمت‌دهی می‌شود.

امروزه شایستگی‌ها به طور عمده به ویژگی‌های مورد نیاز برای توفیق در شغل یا عملکرد برتر اطلاق می‌شود.

در واقع شایستگی‌ها به رفتارهای هدفمندی دلالت دارند که شامل عناصر زیر است:

• دانش و آگاهی‌ها: معلومات شغلی، اطلاعات و تخصص مرتبط با شغل

• قابلیت‌ها یا مهارت‌ها: توانایی انجام کارهای مرتبط با اهداف شغلی

• نگرش‌ها و ارزش‌ها: ترجیحات یا مفروضات ذهنی فرد

• ویژگی‌ها: خصوصیات شخصیتی و نحوه واکنش به شرایط و افراد

• انگیزش: محرک‌های درونی و اشتیاق برای اقدام

• خودآگاهی: درک فرد از خود

• نقش‌های اجتماعی: برداشت دیگران از فرد (درگاهی، علی‌پور و حیدری، ۱۳۸۹).

زمینه‌های شایستگی، بیانگر فعالیت‌هایی هستند که فرد در آن شایستگی دارد؛ درحالی‌که شایستگی‌های مبتنی بر فرد، مجموعه صفاتی هستند که به فرد این توانایی را می‌دهد تا در زمینه خاصی شایستگی داشته باشد، در واقع زمینه‌های شایستگی اغلب مبتنی بر شغل هستند درحالی‌که اساساً شایستگی‌ها مبتنی بر فرد هستند.

در تمامی تعاریف به این نکته اشاره شده است که شایستگی‌ها عبارتند از ویژگی‌های یک فرد که عملکرد یا رفتار را در کار مشخص می‌کنند و همچنین بیشتر صاحب‌نظران بر این باورند شایستگی ارتباط تنگاتنگ و مستقیمی با عملکرد موثر یا برتر دارد.

شایستگی در دو سطح سازمانی و سطح فردی قابل بررسی است و دانش، مهارت، توانایی و نگرش ابعاد شایستگی را شامل می‌شوند (Dutta, Narasimbar & Rjiv, 2005).

شایستگی‌های نامشهود به عوامل متمایز و مشخصی از مزیت رقابتی اطلاق می‌شود که یک شرکت را از سایر رقبا متمایز می‌کند که شامل شایستگی‌های نوآوری، شایستگی‌های ساختاری، شایستگی‌های بازاری و منابع انسانی است. این شایستگی‌ها، قسمت نرم یک کسب‌وکار هستند

و ارزشگذاری آن بسیار دشوار است (Setharaman, Sooria & Saravanan, 2002). به عقیده سوویی^۱، شایستگی فردی کارکنان برای یک سازمان حیاتی است به این دلیل که بدون وجود آن، سازمان قادر به فعالیت نیست و این شایستگی شامل مهارت‌ها، آموزش و تجربیات و... است (Bernnan & Connell, 2000).

سرمایه انسانی به‌عبارتی مهم‌ترین نوع دارایی‌های دانشی یا فکری در سازمان است به این دلیل که این دارایی‌ها منبع خلاقیت است. این نوع دارایی‌های دانشی ضمنی در افراد داخل یک سازمان قرار دارد که یکی از عوامل حیاتی اثرگذار بر عملکرد هر سازمانی است. اما باید توجه داشت که وجود این دارایی‌های دانشی به تنهایی برای تحقق عملکرد یک سازمان کافی نیست. هدف سازمان‌ها باید این باشد که این نوع دارایی‌هایی دانشی ضمنی را به دانش صریح برای تمامی سطوح سازمان تبدیل کنند در غیر این صورت، امکان خلق هیچ‌گونه ارزش سازمانی وجود نخواهد داشت. سرمایه انسانی ترکیبی تجمعی از دانش عمومی و حرفه‌ای کارکنان و توانایی‌های رهبری و توانایی‌های حل مشکل و ریسک‌پذیری است.

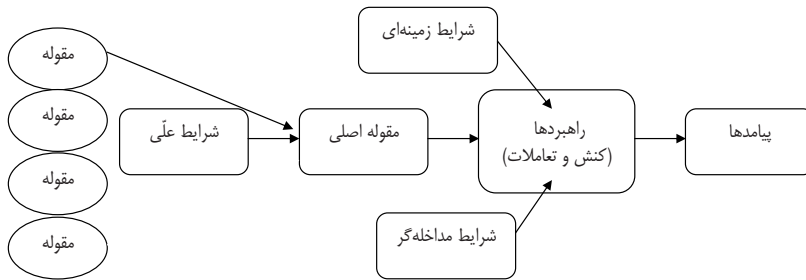
باید این نکته را افزود که مالکیت این نوع سرمایه در اختیار سازمان‌ها نیست و خروج افراد از سازمان منجر به از دست رفتن حافظه سازمانی می‌شود که یک نوع تهدید برای سازمان محسوب می‌شود (Bonthis, Keow & Sorreia, 2000). سازمانی که پس از کسب تجربه‌های کارکنان خود در بخش‌های مختلف به راحتی آنها را از دست می‌دهد در حقیقت از ثروت ناملموسی صرف‌نظر کرده است که کسب آن به سهولت امکان‌پذیر نیست و نیاز به زمان و صرف هزینه دوباره خواهد داشت.

روش‌شناسی پژوهش

روش‌گراند تئوری یا نظریه زمینه‌بنیان به این دلیل برای این پژوهش انتخاب شد که دانش ما در مورد این موضوع محدود است و تئوری قابل اعتنایی در آن موجود نیست که بتوان بر اساس آن فرضیه‌ای برای آزمون تدوین کرد (Corbin & Strauss, 2010).

در نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان مقوله‌های فرعی تحت سلسله روابطی به مقوله اصلی و محوری مرتبط شده است و روابط میان آنها با مقوله اصلی تحت الگو و مدلی، مشخص می‌شود (تئوری‌پرداز، یکی از مقوله‌های اصلی کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را به‌عنوان مقوله - پدیده - اصلی در کدگذاری محوری استفاده می‌کند).

1. Soubee



شکل ۱: مدل پارادایمی نظریه داده‌بنیان (بازرگان، ۱۳۸۷)

جامعه آماری که برای این پژوهش در نظر گرفته شده شامل اعضای هیات علمی، خبرگان و کارشناسان روزنامه‌نگاری است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش از نوع قضاوتی هدفمند است.

قاعده کلی در نظریه‌بنیایی این است که نمونه‌گیری را تا زمانی که هر مقوله به اشباع نظری برسد ادامه دهیم. در پژوهش کنونی در نهایت با ۱۹ نفر گفت‌وگو انجام شد. با انجام مصاحبه‌ها، تشخیص پژوهشگران این بود که اطلاعات گردآوری‌شده به نقطه اشباع رسیده و نیازی به مصاحبه‌های بیشتر نیست.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش با ۱۹ نفر مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته انجام شد. از مصاحبه پانزدهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد اما برای اطمینان و اخذ نظرات همه صاحب‌نظران تا مصاحبه نوزدهم ادامه یافت. مصاحبه با طرح سوالاتی در مورد «ویژگی‌های عمومی و اختصاصی خبرنگاران» آغاز می‌شد و بقیه پرسش‌ها بر اساس پاسخ‌های مصاحبه‌شونده طرح می‌شد. خروجی مربوط به مرحله کدگذاری باز مصاحبه‌های صورت‌گرفته در جدول (۱) آورده شده است.

جدول ۱: کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	اهم کدهای باز
A	شناخت از رسانه و کارکرد آن، داشتن دانش روزنامه‌نگاری، داشتن مهارت و تجربه لازم، مهارت نویسندگی، مهارت تحلیل، مهارت جمع‌بندی، مهارت انتقال خواسته‌های مخاطب، آشنایی با تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، تسلط به زبان خارجی، آشنایی با جریان‌سازی و عملیات روانی، مهارت‌های ادراکی، مهارت‌های ارتباطی، توان ارتباط‌گیری، آشنایی با اصول مدیریت منابع انسانی، آشنایی با اصول خبرنگاری، توانایی فعالیت گروهی و تیمی، توانایی درک مأموریت‌های خبری، توانایی غلبه بر هیجانات، مهارت تایپ، علاقه به مطالعه مستمر، علاقه به حضور در فضاهای خبری، توانایی انطباق با استرس‌های فعالیت خبرنگاری، آشنایی با جریان‌ها و چهره‌ها، تحرک لازم، وفاداری به رسانه، خلاقیت فردی، داشتن صداقت
B	تیزهوشی، حضور ذهن خوب، امانتداری، متعهد به رسانه محل فعالیت، وفادار به حرفه خود، جسور بودن، چاپکی، جذابیت، توانایی نگارش، دارای مطالعه مستمر، دارای مهارت‌های خبری، آشنا با مفاهیم امنیت و منافع ملی، دغدغه خدمت به مردم، علاقه به آموزش مستمر، شخصیت سالم، آشنا به نیازهای مخاطب، تعهد فکری به رسانه
C	دارای ذوق و استعداد، تیزهوشی، کنجکاوی، صبور بودن، برونگرایی، عمیق‌نگر بودن، دانش آکادمیک، آشنایی با اصول خبرنگاری و مصاحبه، تسلط به یک زبان خارجی، درک صحیح از شرایط محیط زندگی خود، پیگیر بودن، تیزبینی، توانایی کسب خبر، توانایی نگارش، قدرت تحلیل و داستان‌پردازی، قدرت تحلیل و استنتاج، روحیه مطالعه مستمر، برخورداری از دامنه واژگان بالا، ویژگی‌های شخصیتی سالم، شم خبری
D	آشنایی با فلسفه وجودی فناوری، سواد رسانه‌ای، آشنایی و تسلط به فناوری‌های ارتباطی، آشنایی با اصول مدیریت، آشنایی به یک زبان خارجی، آشنایی با اصول خبرنگاری، مصاحبه و گزارش، تسلط به تکنیک‌ها و تاکتیک‌های ارائه خبر، ضریب هوشی بالا، تیز و فعال بودن، متفاوت از دیگران بودن، داشتن شم خبری، قدرت استدلال و تجزیه و تحلیل بالا، روابط عمومی خوب، هنر ارائه خبر، پیگیری خبر، مودب بودن، از خودگذشتگی
E	شم خبری، ضریب هوشی بالا، استعداد مدیریتی، توانایی مدیریت رفتار خود، صبوری، قدرت تصمیم‌گیری در محل، مودب بودن، ارتباط‌گیری خوب، قدرت برنامه‌ریزی، قدرت تقسیم وظایف، دارای اطلاعات عمومی خوب و بالا، آشنایی با ادبیات فارسی، قلم خوب، سواد رسانه‌ای بالا، قوه تخیل و تصور، کنجکاوی، بی‌تفاوت نبودن، خوب صحبت کردن، از نظر جسمی سالم بودن، توانایی خوب دیدن، توانایی خوب شنیدن، تحمل در شنیدن، جسور و نترس بودن، انتخاب‌گری خوب
F	داشتن دانش لازم، ظاهر مناسب، ارتباط‌گیری، مودب بودن، فن بیان خوب، تسلط به زبان خارجی، تسلط به کامپیوتر، صبوری، مهارت تایپ، اهل تعامل بودن، امانتداری، ضریب هوشی مناسب، تندخو نبودن، جسم سالم، ظاهر مناسب، پوشش مناسب با نوع فعالیت، تحمل سختی‌های فعالیت روزنامه‌نگاری، تخصص متناسب با حوزه خبری

ادامه جدول ۱: کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	اهم کدهای باز
G	قدرت نگارش، قدرت تصویرسازی، اهل مطالعه مستمر، آشنایی به ادبیات، اطلاعات عمومی قوی، شم رسانه‌ای، علاقه‌مندی به فعالیت خبری، روحیه فعالیت خبری، آشنایی با روابط بین‌الملل، جسم سالم، توانایی فیزیکی و حرکتی بالا، آشنایی با تکنیک‌های خبری، قدرت بیان خوب، روابط اجتماعی بالا، زیرکی و ضریب هوشی بالا، متانت و وقار، مودب بودن، قدرت تعامل و ارتباط‌گیری مناسب، پوشش مناسب
H	برونگرایی، روابط عمومی بالا، کنکاش‌گری، نقدپذیر بودن، اطلاعات عمومی بالا، ذهن چارچوب‌مدار، قدرت تجزیه و تحلیل، ذوق هنری و ادبی، قلم خوب، علاقه‌مند به پیگیری، توانایی دسته‌بندی موضوعات، توانایی استخراج اطلاعات، روحیه جست‌وجوگری، روحیه مطالعه مستمر، جسم سالم، توانایی حضور در اجتماع، قدرت هماهنگ‌سازی خود با شرایط پیرامون، توانایی خوب دیدن، پیگیری، قدرت تشخیص انتخاب لباس مناسب در هر مکان، مودب بودن، منضبط بودن
I	مسلط به حوزه زبان‌شناسی، مسلط به ادبیات، مسلط به تکنیک‌های روزنامه‌نگاری، تجربه روزنامه‌نگاری، خلاقیت، دانش تخصصی، منضبط، متواضع و فروتن بودن، مناعت طبع بالا، وفادار به اصول، وفادار به رسانه، سلامت جسمی، ضریب هوشی بالا، سرعت انتقال بالا، میدانی و عملیاتی بودن، قدرت ارتباط، مودب بودن، مسلط به کامپیوتر، آشنا به فناوری‌های نوین ارتباطی، اطلاعات عمومی بالا، جذاب بودن، ساده‌پوشی در عین شیک‌پوش بودن، تسلط به زبان خارجی، سلامت روح و روان
J	ذوق هنری و ادبی، استعداد، سرعت عمل بالا، روابط عمومی قوی، احساس مسئولیت اجتماعی، جسارت هوشمندانه، خطرپذیری، شم خبری، باحوصله بودن، نگاه موشکافانه، مطالعه مستمر، اطلاعات عمومی وسیع و عمیق، توانایی غلبه بر احساسات، هنر واژه‌گزینی، قدرت نویسندگی، آشنا به اصول روزنامه‌نگاری، دانش لازم در یک حوزه تخصصی
K	داشتن دانش لازم، علاقه به خبرنگاری، شم خبری، جسم سالم، روح و روان سالم، تیزبینی، اطلاعات عمومی بالا، مسلط به کامپیوتر و اینترنت، آشنایی با زبان خارجی، تعامل و ارتباطات اجتماعی، بنیه علمی بالا، سابقه فعالیت و تجربه لازم، پشتکار و خستگی‌ناپذیری، اهل رقابت سالم بودن، قدرت تصمیم‌گیری، سرعت عمل و سرعت تصمیم‌گیری، قدرت بیان، موقعیت‌شناسی، باهوش بودن، احساس مسئولیت نسبت به حرفه و رسانه خود، حفظ منافع رسانه، روحیه مطالعه مستمر
L	کنجکاوی، جسم سالم، اطلاعات عمومی بالا، عادت به تجربه و مشاهده فیلم، اهل مطالعه مستمر، اهل تعامل بودن، حس انسانی و از جنس مردم بودن، به‌روز بودن، آشنا به مهارت‌های زندگی، مسلط به کامپیوتر و فناوری‌های ارتباطی، مهارت‌های فناورانه، مهارت ارتباط با منابع، ضریب هوشی بالا، پویایی، زودباور نبودن، شم خبرنگاری، مسلط به آسان‌نویسی، مهارت‌های روزنامه‌نگاری، روحیه افزایش اطلاعات، یادگیری مستمر

ادامه جدول ۱: کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	اهم کدهای باز
M	سرحال و زنده‌دل بودن، پراثرژی بودن، علاقه‌مندی به کار روزنامه‌نگاری، انگیزه، قدرت نویسندگی و روان‌نویسی، قدرت ارتباط‌گیری، تلاش بی‌امان، سختکوشی، حق‌طلب بودن، آشنا به مهارت‌های روزنامه‌نگاری، دانش تخصصی، کنجکاوی حس‌خبری، استقامت و پشتکار، عینی‌گرایی، واقعیت‌گرایی، شکاک بودن
N	آشنایی با مسائل بین‌المللی، آشنایی با مهارت‌های ارتباطی، آشنایی با یک زبان بین‌المللی، داشتن آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، داشتن تحصیلات دانشگاهی مناسب، مسلط به زبان معیار، تندنویسی، توانایی استفاده از تجهیزات خبری، توانایی نگارش، جذاب بودن، جسم سالم، روح و روان سالم، قدرت بیان، هوش و درک بالا، صادق بودن، شجاعت، تن و لحن و صدای مناسب، دقیق بودن، انتقادپذیری، اهل تعامل بودن، غرض‌ورز نبودن
O	ذوق و استعداد، واقع‌بینی، اطلاعات وسیع، ساده‌نویس بودن، مردمداری، مطالعه مستمر، قدرت شکار سوژه، شم خبری، عشق و علاقه به روزنامه‌نگاری، نگاه موشکافانه و دقیق، حوصله زیاد، سرعت در تصمیم‌گیری، سرعت در انتقال اطلاعات
P	احساس مسئولیت، حق‌جویی، هوشیار بودن، صاحب فکر و اندیشه بودن، شخصیت جامع‌الاطراف داشتن، شجاعت، باهوش بودن، زیرکی، امانتداری، اهل مطالعه بودن، دقت نظر، ذوق نویسندگی، قدرت ارتباط با مردم، عجزول نبودن، کنکاش‌گری، توانایی غلبه بر احساسات، هنر خوب دیدن، شم خبری، واقع‌گرایی، شکاکیت، پشتکار
Q	سواد رسانه‌ای، مهارت‌های ارتباطی، ذوق و استعداد، سرعت در امور، آشنایی با رسانه‌های کشور و جهان، قدرت نگارش و نویسندگی، تسلط به تکنیک‌های خبری، توانایی غلبه بر احساسات، صدا و بیان مناسب، رعایت زبان معیار، سلامت جسم، دقت نظر، منصف و بی‌طرف بودن
R	سرعت تصمیم‌گیری بالا، سرعت واکنش بالا، پویا و فعال بودن، دانش تخصصی، شم خبری، کنجکاوی، سماجت، روابط اجتماعی گسترده، ضد جمع نبودن، روحیه کار جمعی، تحرک شخصیتی، روحیه یادگیری، دید هماهنگی و ماموریتی، آشنا با مهارت‌ها و تکنیک‌های رسانه‌های چاپی، الکترونیکی و دیجیتال، تیز بودن، مردمی بودن
S	باهوش بودن، شم خبری بالا، ذوق و استعداد، سالم بودن، مودب بودن، تواضع، تسلط به تکنیک‌های خبری، توانایی غلبه بر احساسات، صدا و بیان مناسب، تند و تیز بودن، اهل مطالعه بودن، دقت نظر، منصف بودن

پس از تعیین مقولات، به مرحله ساخت طبقات اصلی می‌رسیم که در جدول (۲) ارائه شده

است.

جدول ۲: شکل‌دهی طبقات اصلی از مقولات

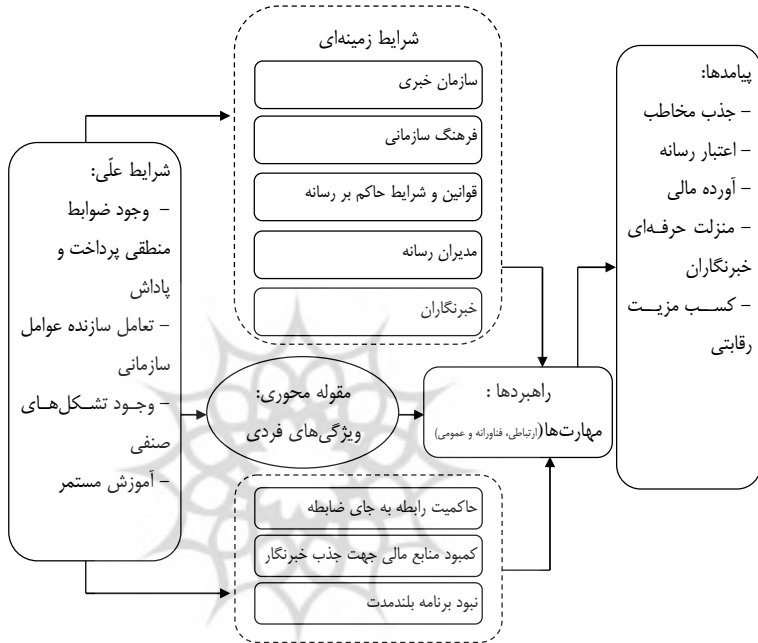
مقولات اصلی	مقولات فرعی
ویژگی‌های فردی	رفتاری شخصیتی ظاهری
مهارت‌ها	ارتباطی فناورانه عمومی
دانش	روزنامه‌نگاری / ارتباطات سایر علوم



شکل ۲: الگوی سه‌وجهی شایستگی‌های مورد نیاز حرفه خبرنگاری

مدل شایستگی احراز شغل خبرنگاری

در نهایت بر اساس الگوی پارادایمی می‌توان مدل شایستگی خبرنگاران سازمان‌های خبری را به صورت شکل (۳) ارائه داد که توضیحات آن در ادامه می‌آید.



شکل ۳: مدل پارادایمی شایستگی‌های احراز حرفه خبرنگاری

مقوله محوری

این مقوله همان برجسب مفهومی است که برای چارچوب یا طرح به وجود آمده، در نظر گرفته می‌شود. با توجه به اینکه در این پژوهش شایستگی‌های احراز شغل خبرنگاری مورد مطالعه قرار گرفته است، پس از گردآوری داده‌ها و تحلیل آنها در مرحله کدگذاری باز و بررسی ویژگی‌های ارائه‌شده، این طبقه به‌عنوان طبقه محوری انتخاب شد که دربردارنده این موارد است: ویژگی‌های شخصیتی، رفتاری و ظاهری.

شرایط علی

این شرایط باعث ایجاد و توسعه پدیده یا طبقه محوری می‌شوند که شامل بازنگری در قوانین پرداختها و پاداش، تعامل سازنده عوامل سازمانی، ایجاد تشکلهای صنفی، جذب بر حسب شایسته‌سالاری و آموزش مستمر است.

راهبردها

بیانگر رفتارها، فعالیتها و تعاملات هدفداری هستند که تابع مقوله محوری و تحت تاثیر شرایط مداخله‌گر و زمینه حاکم است که در پژوهش حاضر عبارتند از: شم خبری، کنجکاوی، خلاقیت، پویایی، روحیه یادگیری مستمر، داشتن روابط اجتماعی گسترده، سلامت جسم و روان، هوشمندی و تحلیلگری، ادب و متانت، ذوق و استعداد.

شرایط زمینه‌ای

به شرایط خاصی که بر کنشها و تعاملات تاثیر می‌گذارند «زمینه» گفته می‌شود. این زمینه ناظر بر فضای حاکم بر روزنامه‌نگاری است که در این پژوهش متوجه وضع مطلوب است. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم و طبقه‌ها یا متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند و در مدل معرفی شده عبارتند از: سازمان خبری، فرهنگ سازمانی، قوانین و شرایط حاکم بر رسانه‌ها، مدیران رسانه و خبرنگاران.

شرایط مداخله‌گر

شرایط عامی هستند که مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط را تشکیل می‌دهند و راهبردها هم از آنها متاثر می‌شوند. شرایط مداخله‌گر شامل این زیرمجموعه‌ها هستند: آرمان‌گرایی قانونمند، خدمتگزاری و مجری و مدبر بودن.

پیامدها

برخی از طبقه‌ها بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ راهبردها به وجود می‌آیند. در پژوهش حاضر، شایستگی‌های لازم برای احراز شغل خبرنگاری نتیجه کنشها و تعاملات ایجادشده (و تاثیرپذیر از طبقه محوری، زمینه حاکم و شرایط مداخله‌گر) است که عوامل متعددی را از جمله جذب مخاطب، اعتبار رسانه، آورده‌های مالی، منزلت حرفه‌ای خبرنگاران و کسب مزیتی شامل می‌شود.

نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج به دست آمده از این پژوهش، دانش و معلومات مورد نیاز خبرنگاران عبارت است از دانش تخصصی و حرفه‌ای و آگاهی به عوامل محیطی.

امروزه خبرگان حوزه روزنامه‌نگاری تاکید دارند دانش آکادمیک روزنامه‌نگاری و خبرنگاری برای فعالیت در این حرفه تخصصی به تنهایی کفایت نمی‌کند بلکه فرد داوطلب حرفه خبرنگاری باید یا فارغ‌التحصیل رشته روزنامه‌نگاری باشد و در کنار آن، در حوزه تخصصی مورد علاقه فعالیت خبری همچون بازارهای مالی، انرژی، سلامت، صنعت، کشاورزی، ورزش، فناوری، سیاست، فرهنگ، هنر، امنیتی، دفاعی و... دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت را بگذرانند یا در صورت فارغ‌التحصیلی از رشته‌های دیگر، دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت روزنامه‌نگاری (اعم از آشنایی با اصول، تاکتیک‌ها و تکنیک‌های خبرنگاری) را طی کند.

در این پژوهش، مهارت‌های مورد نیاز حرفه خبرنگاری در سه دسته مهارت‌های ارتباطی، فناوریانه و عمومی شامل قدرت تعامل و ارتباط‌گیری مناسب، تسلط به رایانه، تایپ، ابزار و نرم‌افزارهای نوین ارتباطی، اطلاعات عمومی بالا، قلم روان (قدرت نویسندگی) و تسلط به یک زبان خارجی شناسایی شدند.

براساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر، ویژگی‌های شخصیتی مورد نیاز خبرنگاران عبارتند از: علاقه به حرفه خبرنگاری، داشتن ذوق و استعداد ادبی، شم خبری، داشتن سرعت ذهنی، درک و گیرایی بالا، ضریب هوشی مناسب، روحیه کنجکاو و جست‌وجوگری، داشتن تعاملات اجتماعی بالا و ارتباط‌گیری مناسب، قدرت تجزیه و تحلیل، داشتن جسارت و شجاعت، صبوری، سلامت جسمانی و روحی و روانی، انضباط، صداقت، تواضع و فروتنی و توانایی کنترل هیجانات خود.

در پایان و بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهادهایی را می‌توان به دست‌اندرکاران عرصه خبر و مدیران سازمان‌های خبری ارائه کرد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

نهادینه کردن فرهنگ شایسته‌گزینی در انتخاب خبرنگاران، بازنگری قوانین، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های موجود برای حرفه خبرنگاری با مشارکت اصحاب رسانه، خبرنگاران دانشگاهی و تشکل‌های صنفی، استانداردسازی معیارهای سنجش شایستگی‌ها برای احراز حرفه خبرنگاری با توجه به ویژگی‌های فرهنگ بومی، ایجاد تحول در روش‌های آموزش روزنامه‌نگاران.

همچنین به عنوان پیشنهادهایی برای پژوهشگران آتی می‌توان از موارد زیر یاد کرد که

پیشنهاد می‌شود علاقه‌مندان این حوزه آنها را به‌عنوان موضوعات پژوهشی مدنظر قرار دهند:
- انجام مطالعات عمیق رفتاری برای شناخت بیشتر مفهوم قابلیت و شایستگی و چگونگی ایجاد آن در افراد، به ویژه خبرنگاران
- عملیاتی کردن مدل مفهومی طراحی‌شده در پژوهش حاضر و شاخص‌سازی برای اجزا و مولفه‌های آن
- انجام این پژوهش به روش‌های دیگر (غیر از گراند تئوری)

منابع:

الف) فارسی

اولریش، دیو؛ کاتز، جان و بالسون، پل (۱۳۸۸). *شایستگی‌های منابع انسانی: شناخت عمیق تعامل افراد و کسب و کار*، ترجمه مسعود بینش و افشین دبیری، تهران، نشر سرآمد.
بازرگان، عباس (۱۳۸۷). *مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته، رویکردهای متداول در علوم رفتاری*، تهران، انتشارات دیدار.
درگاهی، حسین؛ علی‌پور، محمدحسن و حیدری، هادی (۱۳۸۹). ارائه مدل شایستگی در توسعه منابع انسانی، *فصلنامه راهبرد توسعه*، شماره ۲۳.
قرائی‌پور، رضا (۱۳۸۲). *بررسی شایستگی‌های مدیران شرکت سایکو بر اساس مدل بازخورد ۳۶۰ درجه‌ای*، پایان‌نامه دوره کارشناسی‌ارشد، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع).
یوسفی، احمد و عرفانی، مریم (۱۳۸۸). نقش شایستگی‌های سرپرستی در توسعه سرمایه‌های انسانی، *نشریه مهندسی خودرو و صنایع وابسته*، شماره ۸.

ب) انگلیسی

Bernnan, Nelin & Connell, Barri (2000). Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications, *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), pp. 206-240.
Bonthis, Nadaro; Keow, William & Sorreia, Richardson (2000). Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries, *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), pp. 85-100.
Corbin, Juliet & Strauss, Anselm (2010). *Qualitative Methods*, New York.
Dutta, Sara; Narasimbar, Matiwe & Rjiv, Sandra (2005). Conceptualizing and Measuring Capabilities. Methodology and Empirical Application, *Strategic Management Journal*, 26(3), pp. 273-285.
Glaser, Barney & Strauss, Anselm (1976). *The Discovery of the Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine de Gruyter, New York.

- Landers, David & Chan-Olmsted, Sylvia (2002). *Assessing the Changing Network Television Market: A Resourcebased*. Analysis of Broadcast Television Networks. Paper Submitted for Presentation to the Media Management and Sales Division of the Broadcast Education Association, Miami, Florida.
- Newsome, Satty; Catano, Veill & Day, Allen (2003). *Leader Competencies: Proposing a Research Framework*. Conadian Forces Leadership Institute & Centre for Leadership Excellence. Nova Scotia: Saint Mary's University.
- Nolan, Cats (2002). Human Resource Development in Irish Hotel Industry: The case of the Small Firm, *Journal of the European Industrial Training*, 26(2/3/4), pp.88-99.
- Setharaman, Alives; Sooria, Haffan & Saravanan, Allen (2002). Intellectual Capital Accounting and Reporting in the Knowledge Economy, *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), pp. 128-148.

