

طراحی مدل سیستمی آموزش و توسعه سرمایه انسانی در صنایع خلاق

سیدمهدی شریفی*، محمدرضا سعیدآبادی**، مهرداد استیری***، عسگری حسین تبار****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۲/۰۲

چکیده

این پژوهش درصدد تبیین و طراحی مدل سیستمی آموزش و توسعه سرمایه انسانی در خبرگزاری صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است که با رویکرد کیفی (زمینه‌ای کلاسیک) و به روش تحلیل محتوا انجام شده است. با توجه به کیفی بودن داده‌ها، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تفسیری-تحلیلی استفاده شده که جایگزین روش‌های آمار استنباطی و توصیفی در رویکرد کمی است. روش نمونه‌گیری به صورت هدف‌مند و گلوله برفی بوده است. در این پژوهش، ابتدا نمونه‌های اولیه انتخاب شده و سپس مصاحبه‌های عمیق انجام گرفته است. تعداد شرکت‌کنندگان در مصاحبه، ۱۳ نفر از مدیران و متخصصان رسانه و اساتید دانشگاهی بودند که پس از انجام چندین مصاحبه، مدل اولیه ناشی از کدگذاری‌ها و تحلیل‌ها، حاصل شده است. در ادامه، پس از کدگذاری کلیه مصاحبه‌های انجام‌شده، مقوله‌های اصلی و زیرمقوله‌های مرتبط، شناسایی و الگوی مطلوب آموزش با ۵ بعد که شامل: محیط، درون‌داد، فرایند، برون‌داد و پیامد بود، طراحی و ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: صنایع خلاق؛ آموزش؛ نیازسنجی؛ خبرگزاری صداوسیما

sharifee@ut.ac.ir

sabadi@ut.ac.ir

mehrdadstiri@ut.ac.ir

asgary.hosseintab@ut.ac.ir

* نویسنده مسئول: استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

** دانشیار دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران

*** استادیار دانشکده مدیریت / مدیریت منابع انسانی دانشگاه تهران

**** دانشجوی دکتری مدیریت رسانه پردیس بین‌الملل کیش دانشگاه تهران

مقدمه

جهان امروز از هر زمان دیگری رقابتی‌تر است. رقابت در همه لایه‌های زندگی انسان‌ها به چشم می‌خورد. از افراد گرفته تا سازمان‌های بزرگ همه و همه باید بر سر منابع محدود و در راه دستیابی به موفقیت و کسب اهداف خود به رقابت پردازند.

از دو دهه اخیر، تب اقتصاد خلاق در سراسر جهان گسترش یافته است. اصطلاح صنایع خلاق در سال‌های آغازین دهه ۱۹۹۰ و نخستین بار در استرالیا پدید آمد. صنایع خلاق از همگرایی صنایع فرهنگی، فناوری و خلاقیت‌های انسانی شکل می‌گیرد. ویژگی بارز این صنایع آن است که برای تولید کالاهای موردنظر خود، به جای بهره‌گیری عمده از مواد اولیه طبیعی و معدنی، عمده منابع خود را از برون‌دادهای فکری و ذوقی انسانی که ماهیت هنری و فرهنگی دارد، تأمین می‌کند. دلیل گرایش جهانی به سمت صنایع خلاق در برون‌داد اقتصادی تجارت بین‌المللی معاصر، نهفته است (محمدی، ۱۳۹۵).

مراجعه به تجربیات کشورهای موفق دنیا در این حوزه نشان می‌دهد که یکی از عوامل کلیدی موفقیتشان توجه به سرمایه انسانی بوده است (همان). سرمایه انسانی عبارت است از مجموعه دانش و مهارت‌های جمع‌شده در نیروی انسانی یک سازمان. سرمایه انسانی مستلزم سرمایه‌گذاری روی نیروهای انسانی یک مجموعه به‌منظور بالابردن بازدهی آنهاست (افروزی، ۱۳۹۵).

سازمان‌ها باید از کل توانمندی‌ها و شایستگی‌های منابع انسانی از طریق سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه آنها حمایت کنند (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۳۹۲). بنابراین، ارزش کارکنان برای یک سازمان وابسته به منحصربودن مهارت‌ها و توانایی‌های آنهاست. یک سازمان زمانی به مزیت رقابتی دست می‌یابد که دارای مهارت‌ها و توانایی‌هایی منحصربه‌فرد و ویژه باشد به‌نحوی که سایر رقبا توانایی تقلید و بازتولید آن را نداشته باشند (همان).

سازمان‌ها برای مواجهه با تغییرات وسیع و فزاینده محیطی و همچنین ایجاد مزیت رقابتی، باید به نقش حیاتی یادگیری و توسعه برای بقا و رشد خود واقف باشند. بنابراین، سازمان‌های

رسانه‌ای نیز برای مواجهه با محیط پیچیده و پویای رسانه‌ای باید به توسعه دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان خود بیش‌ازپیش توجه نشان دهد. واحد خبر جزیی از ساختار صداوسیماست و با سایر بخش‌های این سازمان تعامل دارد، بنابراین، لازم است قادر به پاسخگویی به نیازهای رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران باشد و جایگاه کیفی و کمی خود را در سپهر رسانه‌ای جهان معاصر حفظ کند. یکی از مهم‌ترین راهبردها در حوزه مدیریت منابع انسانی در واحد خبر برای باقی‌ماندن در عرصه پرقاب‌ت رسانه‌ای، توجه به موضوع توسعه و پرورش سرمایه‌های انسانی در اختیار است که این امر با اتخاذ راهبردهای مناسب توسعه و آموزش در همه ابعاد آن (فکری، نگرشی، شغلی و...) میسر و ممکن خواهد بود (همان). علاوه‌براین، توسعه سرمایه‌های انسانی از مؤلفه‌های اصلی برنامه چهارم توسعه کشور به‌شمار می‌رود، به‌طوری‌که نقش منابع انسانی توسعه‌یافته در تحقق اهداف کلان توسعه از بنیادی‌ترین جایگاه در برنامه چهارم توسعه بر مبنای دانایی، برخوردار است.

موارد ذکر شده فوق به نقش سرمایه انسانی و اهمیت مهارت و توانایی‌شان برای موفقیت سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های رسانه‌ای اشاره دارد. به‌همین دلیل، با توجه به شرایط کنونی رسانه ملی در حوزه اخبار لازم است فرایند، منابع و اقدامات لازم در زمینه آموزش و توسعه سرمایه انسانی، شناسایی و در یک مدل علمی متناسب برنامه‌ریزی شود. در این تحقیق محقق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که مدل آموزش و توسعه سرمایه انسانی در خبرگزاری صدا و سیما چیست؟

ادبیات تحقیق

باتوجه به اهمیت صنایع خلاق و نبود منابع عمده ادبیات، بخشی از مباحث ادبیات صنایع خلاق توسط محقق ترجمه شده است. در این بخش ادبیات تحقیق در دو قسمت ارائه شده است: بخش اول شامل مبانی نظری مربوط به صنایع خلاق و مباحث مربوط به آموزش و توسعه سازمانی است و بخش دوم به بیان پیشینه تحقیق پرداخته است. در این بخش برخی از مقالات فارسی و انگلیسی که مرتبط با هدف، موضوع، مسئله و سؤالات تحقیق بوده‌اند، گردآوری و ارائه

شده است.

الف) مبانی نظری صنایع خلاق و آموزش و توسعه سازمانی

۱. صنایع خلاق

۱-۱. تاریخچه صنایع خلاق

برداشت کشورها از مفهوم "صنایع خلاق" متفاوت است. این اصطلاح نسبتاً جدید در سال ۱۹۹۴ در استرالیا با ارائه گزارش "ملت خلاق" پیدا شد. این اصطلاح در سال ۱۹۹۷ وقتی دولت انگلستان به کمک وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش این کشور کارگروه "صنایع خلاق" را با هدف احیای هژمونی (اقتدار) اقتصادی - سیاسی "بریتانیای کبیر" به راه انداخت، توجه سیاست‌گذاران را جلب کرد. شایان ذکر است که رواج اصطلاح "صنایع خلاق" قلمرو صنایع فرهنگی را تا آن سوی ادبیات و علوم انسانی گسترش داد و نظر دولت‌مردان را بیش‌ازپیش به روح یا هسته اصلی صنایع خلاق، یعنی صنایع فرهنگی، جلب نمود (کیقبادی، فخرایی و علوی، ۱۳۸۷: ۲۵)

۱-۲. صنایع خلاق و اهمیت آن

صنایع خلاق به بخش جدید رشد اقتصادی در اقتصاد جدید تبدیل شده است. به‌عنوان مثال، در سال ۱۹۵۰، جهان اقتصادی تحت تأثیر تولیدکنندگان صنعتی و تأمین‌کنندگان مواد خام مانند فورد، ژنرال الکتریک قرار گرفت. آنها همچنین سودآورترین شرکت‌ها در جهان هستند، اما در سال ۲۰۰۰، جهان اقتصادی تحت تأثیر بازیکنان کاملاً جدید مانند AOL Time Warner، مایکروسافت، Disney، Bertelsmann، News Corporation، بنگاه‌های خبری، هنرمندان، ناشران و طراحان نرم‌افزار بوده است.

بسیاری از شهرها برای اینکه موقعیت خود را به‌عنوان یک نیروی محرکه صنایع خلاق در جهان تغییر دهند و یک نام تجاری ملی برای خود ثبت کنند، کار خود را آغاز کرده‌اند. اهمیت روبه‌رشد صنایع خلاق به احیای علاقه به درک نحوه کار آنها منجر شده است. اقتصاددانان آمریکایی مانند ریچارد کراس^۱ و ریچارد فلوریدا^۲ مطالعاتی را در این زمینه‌ها مدیریت کرده‌اند و

1. Richard Cross
2. Richard Florida

داده‌های جمع‌آوری شده تأییدکننده تجزیه و تحلیل آنهاست. شواهد حاصل از ارتباط بین سرمایه خلاق، کیفیت زندگی و رقابت‌پذیری شهرها، صنایع خلاق را عامل مهم اقتصادی برای شهرها لحاظ می‌نمایند تا بتوانند در اقتصاد جدید زنده بمانند. به همین دلیل، تعجب‌آور نیست که برنامه‌های توسعه و بازسازی شهری، اولویت‌های اصلی برای دولت در سراسر جهان بوده است. تحقیقات و توسعه قابل توجهی در ساخت بخش صنایع خلاق / فرهنگی در انگلستان، اروپا و استرالیا انجام شده است. به عنوان مثال، اقدام پایتخت فرهنگی اروپا از اتحادیه اروپا یک ابزار قدرتمندی برای توسعه فرهنگی است که به عنوان شاخصی که فرصت‌های بی‌سابقه‌ای، برای تغییر شهر به عنوان یک محرک ارائه می‌دهد. در وضعیت بسیار متفاوتی در آفریقای جنوبی، پروژه جدید نیوتن در ژوهانسبورگ با هدف تشویق و سرمایه‌گذاری در صنایع خلاق و فعالیت‌های فرهنگی به منظور احیای فیزیکی این منطقه است. کشور سنگاپور در آسیا، نمونه‌ای قابل توجه است که سیاست‌های عمومی و سرمایه‌گذاری برای ایجاد نهادهای خلاق در آن کشور انجام شده است (وونگ^۱، ۲۰۰۵).

۲. آموزش

آموزش از مقوله‌هایی است که انسان از دیرباز با آن سروکار داشته است. با پیشرفت جوامع و ایجاد مشاغل و سازمان‌ها و نهادها ضرورت این امر بیش‌ازپیش شد تا حدی که در حال حاضر بقای سازمان‌ها منوط به آن است؛ چراکه عصر حاضر توأم با تغییرات شتابان است و هر روز تغییر جدیدی در دنیای کسب‌وکار رخ می‌دهد. در این میان، سازمان‌ها یا باید خود را با این تغییرات همراه سازند و یا فنا و نابودی خود را برگزینند.

۲-۱. مؤلفه‌های آموزش

صرفاً آموزش و اجرای دوره‌های آموزشی نمی‌تواند به سازمان در راه رسیدن به اهداف خویش کمک کند؛ چراکه آموزش‌ها باید با توجه به اصول و روش‌های علمی بنا گذاشته شوند تا نتیجه به دست آمده، نیازهای موجود را برطرف سازد.

1. Wong

در طراحی و برنامه‌ریزی آموزشی لازم است تا موارد زیر مورد توجه قرار گیرد:

- اهداف و نیازمندی‌های سازمان؛
- اهداف آموزشی؛
- آموزش گیرندگان؛
- روش‌های آموزش و محتوا؛
- برنامه نیازمندی‌ها، مانند، مدت، تاریخ و مسائل مالی؛
- منابع، مواد آموزشی و کارکنان؛
- معیارهای ارزیابی خروجی آموزش؛
- اهداف و ضرورت آموزش کارکنان (صبرکش، مزینانی و نورمحمدی، ۱۳۹۲).

۲-۲. آموزش، راهبرد کلیدی صنایع خلاق

راهبردهای موفقیت‌آمیز صنایع خلاق کلی‌نگر بوده و خواستار همیاری میان نهادهای مختلف (فرهنگ صنعت، اقتصاد، آموزش، توریسم، طراحی سرزمینی و غیره) و افزایش مالکیت تمامی ذی‌نفعان خصوصی و دولتی هستند. راهبردها، باید ریشه در پژوهش داشته باشند تا از اثربخشی، کارآیی و دوام آنها اطمینان حاصل شود.

هر راهبرد صنایع خلاق، باید اهمیت صنایع خلاق و فرهنگی به‌عنوان سکندار نوآوری و توسعه، اهمیت سرریز شدن‌های بین بخش‌ها و همچنین تأثیر اقتصادی صنایع خلاق و فرهنگی را در نظر بگیرد. زیربنای این بحث، اهمیت آموزش در تسهیل مهارت‌های صحیح و همچنین در انتقال دانش و بین‌المللی‌سازی آن است.

سیاست‌گذاران می‌توانند از طریق فعالیت‌های آموزشی در یک طیف گسترده بر خلاقیت اثر بگذارند. این اقدام می‌تواند از طریق ترویج گنجاندن خلاقیت و نوآوری در تمامی سطوح آموزش و کارآموزی، حمایت از توسعه حرفه‌ای معلمان به‌عنوان واسطه‌های خلاقیت و نوآوری و ارتقای خلاقیت و نوآوری در تمامی مراحل یادگیری مادام‌العمر میسر شود. اقدامات مرتبط با آموزش، می‌تواند اقدامات آگاهی‌افزایی یا اقداماتی در حمایت از توسعه خلاقیت در آموزش و پرورش را

نیز شامل شود (پایگاه فناوری فرهنگی، ۱۳۹۵).

لازم به ذکر است که موضوع آموزش یکی از نظامات مهم در مدیریت منابع انسانی در همه سازمان‌ها و به‌ویژه در سازمان‌های رسانه‌ای است. سازمان‌های رسانه‌ای به دلیل وجود محیط بسیار پیچیده و رقابتی، نیازمند آموزش و مهارت‌هایی است تا بتواند در سپهر رسانه‌ای به بقای خود ادامه دهد.

ب) پیشنهاد پژوهش

در ارتباط با پژوهش حاضر، تحقیقاتی انجام شده است که به صورت خلاصه در جدول

شماره ۱ بیان شده است:

جدول ۱. پیشنهاد پژوهش

ردیف	محققین	موضوع	شرح و توضیحات
۱	محمد برجلی‌زاده (۱۳۹۴)	بررسی نقش عوامل درون سازمانی بر کمیت و کیفیت اخبار تلویزیون در اتاق خبر از دیدگاه کارشناسان واحد مرکزی خبر سازمان صداوسیما	در این بررسی تأثیر عوامل درون سازمانی بر کمیت و کیفیت اخبار مورد بررسی قرار گرفته است.
۲	نسرین جزینی (۱۳۸۷)	تدوین راهبردهای توسعه منابع انسانی	در این تحقیق بررسی شد که فرصت‌های یادگیری و توسعه برای کارکنان سازمان از طریق تدوین برنامه‌های اثربخش توسعه منابع انسانی امکان‌پذیر است.
۳	طباطبایی (۱۳۸۸)	فنون راهبردی آموزش و توسعه منابع انسانی و چالش‌های فراروی آن (با نگرش راهبردی به سند چشم‌انداز توسعه کشور)	وی پس از بیان چالش‌های موجود در زمینه آموزش کارکنان دولت و ارائه راهبردهای نظام آموزش در سند چشم‌انداز به برخی از موانع درونی و بیرونی به‌منظور پیاپی‌سازی نظام آموزش در دستگاه‌های اجرایی اشاره کرده است.
۴	پورکریمی و همکاران (۱۳۸۹)	ارائه الگوی نظام جامع آموزش کارکنان جمعیت هلال احمر	در این تحقیق پس از بررسی ادبیات تحقیق تحلیل وضع موجود و ادبیات علمی در این زمینه آسیب‌های موجود در نظام آموزش کارکنان مورد شناسایی قرار گرفته است و سپس الگوی مطلوب آموزش کارکنان جمعیت هلال احمر طراحی شد.

ادامه جدول ۱. پیشینه پژوهش

ردیف	محققین	موضوع	شرح و توضیحات
۵	روشندل اربطانی و همکاران (۱۳۹۲)	نقش توسعه منابع انسانی در شهرت رسانه‌ای و خلق سرمایه شهری	در این تحقیق مفهوم شهرت رسانه‌ای و سرمایه شهری در کنار ابعاد و نظام‌های مدیریت منابع انسانی، به‌ویژه توسعه منابع انسانی مورد بررسی قرار گیرد.
۶	ابطحی و جعفری‌نیا (۱۳۸۸)	طراحی الگوی سنجش اثربخشی نظام آموزش	طراحی الگویی که ضمن سنجش اثربخشی نظام آموزش، عوامل مؤثر بر آن را شناسایی و قابلیت عملیاتی‌شدن در سازمان‌های بزرگ‌مقیاس را داشته باشد.
۷	فردانش و کرمی (۱۳۸۷)	شناسایی الگوی طراحی مطلوب برای آموزش‌های صنعتی	در این تحقیق با بررسی دو رویکرد آموزشی سیستمی و سازنده‌گرایی برای دو سطح سازمانی نشان داده شد که رویکرد سیستمی برای سطح کارگری و سیستم سازنده‌گرایی برای سطوح مدیریت مطلوب می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی است. در این پژوهش، از نظریه زمینه‌ای کلاسیک برای ساخت نظریه به‌عنوان یک روش کیفی استفاده شده است. هدف روش نظریه زمینه‌ای کلاسیک، تولید یک نظریه در قالب مجموعه‌ای از فرضیه‌های مربوط به هم است که از طریق مقایسه مستمر داده‌ها به دست می‌آید و سطح بالایی از انتزاعی بودن را دارد. در نظریه زمینه‌ای، به جای استفاده از داده‌ها برای آزمون نظریه، از داده‌ها برای ایجاد نظریه استفاده می‌شود (گلنزر، ۱۹۹۸، به نقل از سیدجوادی و دیگران).

این روش شامل اقداماتی منسجم است که به آشکارشدن (ظهور) مقوله‌های مفهومی می‌انجامد. این مقوله‌ها به یکدیگر مرتبط شده و توضیح نظری اقداماتی را ارائه می‌دهند که در حال حل کردن دغدغه اصلی مشارکت‌کنندگان حوزه بنیادی مورد مطالعه است (گلنزر، ۲۰۱۳).

به‌طور کلی مراحل اجرای پژوهش به روش نظریه زمینه‌ای براساس گام‌های زیر می‌باشد:

۱. تدوین پرسش‌های پژوهش؛

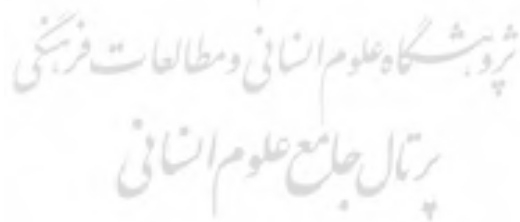
۲. گردآوری داده‌ها همراه با تحلیل تاجایی که به مرحله اشباع می‌رسیم؛

۳. کدگذاری^۱ داده‌ها در سه مرحله (یافتن مفاهیم در داده‌ها): کدگذاری آزاد، کدگذاری

محوری، کدگذاری انتخابی (گزینشی)؛

۴. نگارش و تدوین نظریه.

جامعه آماری این پژوهش کیفی، شامل برخی از مدیران و متخصصان رسانه ملی و اساتید دانشگاهی بوده است. روش نمونه‌گیری در نظریه زمینه‌ای، هدف‌مند و گلوله برفی است. این نمونه شامل ده نفر از مدیران و خبرنگاران رسانه ملی و سه نفر از متخصصان دانشگاهی بوده است که در حوزه مدیریت منابع انسانی و آموزش کار اجرایی انجام داده‌اند. روش جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق بدون ساختار و باز بوده است. در جدول شماره (۱) سِمَت و پست سازمانی مصاحبه‌شوندگان به‌طور کامل آمده است.



جدول ۲. فهرست کامل مصاحبه‌شوندگان

کد	پست فعلی و مسئولیت‌های قبلی	تحصیلات
M1	دبیر کل اتحادیه رادیو و تلویزیون کشورهای اسلامی	تحصیلات حوزوی
M2	محقق در امور سیاسی و رسانه‌ای	دکترای علوم سیاسی
M3	خبرنگار استقراری در آلمان و آمریکا	---
M4	مدیر ارتباطات و ارزشیابی اداره کل آموزش صداوسیما	دکترای مدیریت آموزش
M5	مدیر طراحی آموزش اداره کل آموزش صداوسیما	دکترای برنامه‌ریزی آموزشی
M6	مدیر کل آموزش سازمان صداوسیما	دکترای آینده‌پژوهی
M7	قائم‌مقام خبرگزاری صداوسیما، مدیر کل اخبار خارجی و مدیر کل اخبار العالم	دکترای سیاست‌گذاری عمومی و ژورنالیزم تلویزیونی
M8	مدیر کل اخبار استان‌های معاونت سیاسی صداوسیما و خبرنگار اعزامی به فرانسه	کارشناسی ارتباطات
M9	قائم‌مقام شبکه العالم، مدیر کل اخبار استان‌ها، مدیر تأمین و تولید اخبار صدا و مدیر پشتیبانی معاونت سیاسی	کارشناس ارشد تهیه‌کنندگی رادیو
M10	دبیر خبر و مترجم خبر تحریریه خبر برون‌مرزی صداوسیما	کارشناس ارشد علوم ارتباطات
U1	استاد دانشگاه امام حسین (ع) و مسئول سازماندهی قرارگاه خاتم‌الانبیاء	دکترای مدیریت منابع انسانی
U2	استاد دانشگاه امام حسین (ع) و مسئول بخش آموزش و پژوهش دانشکده	دکترای جامعه‌شناسی فرهنگی
U3	استاد دانشگاه و مسئول طراحی و تدوین محتوای آموزش قرارگاه خاتم‌الانبیاء	دکترای برنامه‌ریزی آموزشی

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

در این پژوهش به منظور جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌چهره‌به‌چهره نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. مدت زمان تقریبی هر مصاحبه بین ۴۵ دقیقه تا یک ساعت ونیم بوده است. در تدوین سؤالات مصاحبه بسیار سعی شد تا از سوگیری پرهیز شود، همچنین برای تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر، ابتدا مصاحبه‌ها یادداشت، ضبط و سپس نگارش شده است. عناوین سؤالات مصاحبه طراحی شده در جدول شماره (۳) ارائه شده است.

جدول ۳. سؤالات مصاحبه‌شوندگان

شماره	عنوان
سؤال اول	در نظام فعلی آموزش خبرگزاری صدا و سیما چه رویکردی حاکم است؟ از نظر شما رویکرد مطلوب چیست؟
سؤال دوم	چه مؤلفه‌هایی برای بهبود نظام کنونی آموزش و توسعه سرمایه انسانی خبرگزاری صدا و سیما مطلوب است؟
سؤال سوم	چه شاخص‌هایی برای بهبود نظام آموزش و توسعه سرمایه انسانی خبرگزاری صدا و سیما مطلوب است؟
سؤال چهارم	عوامل مؤثر بر نظام آموزش و توسعه سرمایه انسانی خبرگزاری صدا و سیما چیست؟
سؤال پنجم	به نظر شما از میان مدل‌های آموزش موجود، چه مدلی برای آموزش و توسعه سرمایه انسانی خبرگزاری صدا و سیما مطلوب است؟
سؤال ششم	نقاط ضعف نظام فعلی آموزش و توسعه سرمایه انسانی خبرگزاری صدا و سیما را در صورت وجود، بیان فرمائید.

پس از انجام مصاحبه با تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام‌شده، از طریق کدگذاری باز و محوری، مقوله‌های اصلی شناسایی شدند. چند معیار برای انتخاب یک مقوله به‌عنوان مقوله اصلی وجود دارد که مهم‌ترین آنها عبارتند از: مرکزی‌بودن، مرتبط‌بودن به سایر مقوله‌ها، اتفاق‌افتادن مکرر در داده‌ها و صرف زمان بیشتر برای اشباع‌شدن. کدگذاری انتخابی تا زمان اشباع مقوله اصلی و مقوله‌های مرتبط ادامه یافت. معمولاً اشباع نیز زمانی اتفاق می‌افتد که ویژگی‌های بیشتر و جدیدتری از داده‌ها حاصل نشود و وقایع به‌ندرت نشانگرهای جدیدی برای ویژگی‌های موجود ارائه دهند. در ادامه، نحوه کدگذاری آزاد و کدگذاری محوری به‌صورت مختصر بیان شده است.

۱. کدگذاری آزاد (باز)

در کدگذاری باز که فرایندی تحلیلی است، مفاهیم شناسایی‌شده و ویژگی‌ها و ابعاد مربوط به هر مفهوم کشف می‌شود. دو فعالیت کلیدی در کدگذاری باز مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی هستند.

جدول ۴. متن مصاحبه شرکت‌کنندگان در تحقیق، کدگذاری باز و مفهوم‌سازی

کدگذاری	متن مصاحبه
صدا و سیما متولی افکار صدا و سیما دانشگاه عمومی	محیط بر همه سازمان‌ها به خصوص بر سازمان رسانه‌ای تأثیرگذار است، مقام معظم رهبری صدا و سیما را متولی مدیریت افکار عمومی می‌دانند، صدا و سیما نقش برجسته‌ای در شکل‌گیری افکار عمومی دارد، از نظر امام (ره) صدا و سیما یک دانشگاه عمومی است،
قانون اساسی سند چشم‌انداز	مطابق با قانون اساسی صدا و سیما جمهوری اسلامی، تنها متولی پخش برنامه‌های رادیو و تلویزیون است، بر اساس سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ما باید در حوزه فرهنگی الهام‌بخش باشیم؛ باید فعال و مؤثر باشیم، ما باید توانایی این را داشته باشیم که همگرایی در کشورهای اسلامی ایجاد کنیم، ما باید از طریق کانال‌های تلویزیونی و رادیویی با مخاطبان دنیا اعم از ایرانی و خارجی ارتباط برقرار نماییم، این امور از طریق کارکنان متخصص و خیره صدا و سیما باید محقق شود.
آداب رسوم باور اعتقاد گرایش‌ها علاقه‌مندی	عدم شناخت گرایش‌ها مخاطبان به تولید برنامه‌هایی منجر می‌شود که تأثیری بر آنها ندارد، تولیدات رادیو و تلویزیون می‌تواند به تغییر نگرش آنها منجر شود، رسانه باید بر اساس سلیقه‌های مخاطبان برنامه‌های خود را بسازد، برنامه‌هایی که بدون توجه به سلیقه مخاطب تولید شود، عملاً دورریختن منابع است، اقوام مختلف دارای آداب و رسوم متفاوتی هستند که ما باید بر اساس آن اقدام به تولید محتوا کنیم، ما اگر به باورهای مذهبی مخاطبان توجه نکنیم قادر نخواهیم بود هیچ تأثیر بر بیننده خود بگذاریم
حاکمیت ارزش‌های اسلامی اعتماد عمومی صداقت پل ارتباطی مردم و مسئولین زبان و فرهنگ اسلامی ایرانی عدالت رسانه‌ای	کلیه سیاست‌های سازمان‌های ما در زمینه برنامه‌ریزی و تولیدات تلویزیونی ما باید بر اساس ارزش‌ها باشد؛ ارزش‌های اسلامی و انقلابی باشد، اگر نباشد مسیر را غلط انتخاب کرده‌ایم، افراد و کارکنان صدا و سیما اجازه سوء استفاده از اعتماد مردم را ندارند، محتوای تولید شده توسط افراد باید بر اساس اصل صداقت باشد، کارکنان سازمان صدا و سیما امین نظام باید باشند، صدا و سیما باید وصل‌کننده ارتباط بین مردم و مسئولین نظام باشد، نباید در صدا و سیما زبانی غیر از زبان فارسی حاکم باشد، باید از فرهنگ اسلامی ایرانی در صدا و سیما از آن پاسداری شود، به نظر من تولیدات صدا و سیما به گونه‌ای باشد که به همه گروه‌ها و قومیت‌ها و گروه‌های سنی مختلف و حتی دارای تحصیلات مختلف توجه شود.
توجه به علاقه‌مندی مخاطب توجه به نیاز مخاطب تولید برنامه‌های تخصصی برای مخاطب	برنامه‌های تلویزیون باید برای مخاطب جذاب باشد، صدا و سیما باید برنامه‌هایی تولید کنند که برطرف‌کننده یک نیازی باشد، نمی‌توان قبول کرد که رسانه‌ای بدون توجه به علائق و نیازها و توانی‌های مخاطب، برنامه تولید کند و از آن برنامه استقبال شود، از شبکه ورزشی انتظار می‌رود که به علائق طیف‌های بیننده‌های گوناگون خود توجه کند، شبکه خبر نمی‌تواند دنبال تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده باشد.

۲. کدگذاری محوری

پس از کدگذاری باز و به دست آمدن مقوله‌های اصلی تحقیق، کدگذاری محوری انجام شد. هدف از کدگذاری محوری، تلفیق داده‌هایی است که در مرحله‌ی کدگذاری باز خرد شده‌اند. در کدگذاری محوری یکی از مقوله‌های کدگذاری باز به عنوان مقوله یا پدیده اصلی، انتخاب شده و در مرکز فرایند قرار می‌گیرد و سپس سایر مقوله‌ها به آن ربط داده می‌شود. از مفاهیم به دست آمده از متن مصاحبه‌ها، مقوله‌ها ساخته شدند و پس از تأیید و دریافت نظرات اساتید دانشگاه، مقوله‌های نهایی ساخته شدند.

۳. کدگذاری انتخابی

مرحله سوم روش تحقیق زمینه‌یابی کدگذاری انتخابی است. در کدگذاری انتخابی دو مرحله کدگذاری پیشین را با یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها در چارچوبی نظری تکمیل می‌کند.

جدول ۵. کدگذاری باز، مفهوم‌سازی و مقوله‌سازی

مقوله	مفاهیم	کدگذاری
محیط	منویات امام و رهبری	صداوسیما متولی افکار صداوسیما دانشگاه عمومی
	اسناد فرادستی	قانون اساسی سند چشم‌انداز
	فرهنگ	آداب رسوم باور اعتقاد گرایشات علاقه‌مندی
	سایر گروه‌های صنایع خلاق	نقش موسیقی در اخبار طراحی و دکور صحنه مد و لباس مجری یا خبرنگار

ادامه جدول ۵. کدگذاری باز، مفهوم‌سازی و مقوله‌سازی

مقوله	مفاهیم	کدگذاری
محیط	نظام ارزشی	حاکمیت ارزش‌های اسلامی اعتماد عمومی صداقت پل ارتباطی مردم و مسئولین زبان و فرهنگ اسلامی ایرانی عدالت رسانه‌ای
	رقبا	خبرگزاری‌های مشهور در دنیا شبکه‌های ماهواره‌ای شبکه‌های اجتماعی
	قوانین و مقررات سازمان	اساسنامه مشاغل ابلاغیات مربوط به حقوق و مزایا قوانین مربوط به ارتقای شغلی
	قوانین و سیاست‌های دولت	قوانین استخدامی تأمین بودجه رسانه ملی قوانین مربوط به حقوق و مزایا
	مخاطب	توجه به علاقمندی مخاطب توجه به نیاز مخاطب تولید برنامه‌های تخصصی برای مخاطب
	اقتصاد	تبلیغات رسانه‌ای گسترش فرهنگ مصرف کمپانی‌های غول‌پیکر رسانه‌ای تسلط رسانه‌ای کمپانی‌های قدرتمند تولیدکننده فیلم
	تکنولوژی	فضای مجازی اینترنت رسانه‌های نوین دیجیتالی شدن رسانه‌های تعاملی

ادامه جدول ۵. کدگذاری باز، مفهوم‌سازی و مقوله‌سازی

مقوله	مفاهیم	کدگذاری
محیط	ذی‌نفعان	حکومت و نظام اسلامی شرکت‌ها و مؤسسات خصوصی سازمان‌های دولتی
	سیاست	طرح‌های رسانه‌ای دستورالعمل‌های رسانه‌ای انقلاب‌های رنگین
تحلیل و برنامه‌ریزی	نیازسنجی	تعیین نیازهای سازمان تحلیل مشاغل رسانه ملی اساسنامه شغل ارزیابی مهارت‌های افراد
	هدف‌گذاری	هماهنگی بین عوامل سازمان رضایت شغلی حوادث و آسیب‌های سازمانی انتظارات سازمانی تغییرات سازمانی روزآمد نمودن کارکنان
	محتوای دوره	تولید محتوای به‌روز ارائه محتوای قابل‌فهم محتوای کاربردی
	منابع مالی	تأمین پشتیبانی آموزش اعتقاد مدیران رسانه به سرمایه‌گذاری برای آموزش ضرورت تأمین منابع مالی برای آموزش
	مربیان و مدرسان	توانایی علمی مدرسان برای آموزش اساتید دانش‌محور و مهارت‌محور استفاده از نخبگان و خبرگان
	فراگیران	مدیران خبرگزاری سردبیران خبرنگاران

ادامه جدول ۵. کدگذاری باز، مفهوم‌سازی و مقوله‌سازی

مقوله	مفاهیم	کدگذاری
تحلیل و برنامه‌ریزی	امکانات و تجهیزات	تجهیزات رسانه‌ای دوربین میکروفن استودیو
	عوامل اجرایی آموزش	توانمندی عوامل آموزش تجربه دست‌اندرکاران آموزش در حوزه رسانه آشنایی با فنون روز آموزشی
طراحی و اجرا	روش آموزش	روش نظریه‌محور روش مهارت‌محور روش تلفیقی
	هماهنگی میان عناصر مختلف آموزش	آشنایی عوامل آموزش با وظایف موردنظر آشنایی هر واحد آموزشی با سایر واحدهای آموزش و نحوه تعاملات سازمانی کنترل کیفیت هر واحد آموزش
	طبقه‌بندی فراگیران	صف و ستاد رسانه تفاوت نگرشی و دانشی فراگیر پست‌های سازمانی مدیران و کارکنان سازمان
	استاندارد آموزش	کیفیت دوره آموزشی معیار آموزش سنجش دوره شاخص‌های آموزشی قوانین و مقررات
ارزشیابی آموزش	واکنش فراگیران	ارزیابی محتوای دوره نظرسنجی درباره آموزش چگونگی مکان برای آموزش ارزیابی زمان و مدت آموزش

ادامه جدول ۵. کدگذاری باز، مفهوم‌سازی و مقوله‌سازی

مقوله	مفاهیم	کدگذاری
ارزشیابی آموزش	زمان‌بندی آموزش	آموزش‌های مستمر آموزش بدو ورود کارکنان آموزش‌های کوتاه‌مدت نظام ترمیک یا پودمانی
	تغییر رفتار	آزمون پیش از دوره آزمون پس از دوره مقایسه با گروه کنترل
	یادگیری	تغییر در رفتار استمرار در رفتار برگزاری آزمون ارزشیابی مکرر برای دوره از کارکنان
	نتایج سازمانی	جلوگیری از هدررفت منابع دوره‌های آموزشی هدف‌مند کاهش هزینه‌های سازمان
	محاسبه نرخ بازگشت سرمایه	دیربازده‌بودن برخی از دوره‌های آموزشی محاسبه هزینه‌های دوره‌های آموزشی و نتایج حاصل از انجام دوره‌های آموزشی
پیامد	ارائه ایده‌های نو توسط فراگیران	توانایی حذف الگوهای فکری قدیمی توانایی تعریف مشکلات به اشکال مختلف افزایش قدرت در ارتباط موضوعات به یکدیگر
	ارتقای نوآوری در سازمان	افزایش ایده‌های جدید توسط کارکنان افزایش اطلاعات کارکنان در حوزه کاری خویش افزایش تحمل و پذیرش ایده‌های جدید در کارکنان
	ارتقای عملکرد سازمان	کاهش جابه‌جایی و غیبت کارکنان در سازمان تسریع در دستیابی به اهداف سازمان همسویی اهداف فردی با اهداف سازمان

پس از اشیاع مقوله‌ها، مرتب‌سازی و کدگذاری نظری انجام شد.

۴. نگارش و تدوین نظریه (یافته‌های پژوهش)

نظریه، عبارت است از مجموعه‌ای به هم پیوسته از سازه‌ها، مفاهیم، تعاریف و قضایا که به منظور تبیین و پیش‌بینی پدیده‌ها از طریق تشخیص روابط بین متغیرها، یک نظر نظام‌مند درباره این پدیده‌ها ارائه می‌دهد. نظریه، مجموعه‌ای از مقوله‌های پرورش یافته است که به صورت منظم و با جمله‌های بیان‌کننده ارتباط، به یکدیگر متصل شده‌اند تا چارچوبی نظری را شکل دهند که پدیده‌های اجتماعی، روان‌شناختی، آموزشی، بهداشتی و مشابه اینها را توضیح دهد (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۴). نظریه پردازان داده‌بنیاد، نظریه خودشان را در سه شکل ممکن ارائه می‌دهند: ۱. یک الگوی کدگذاری بصری، ۲. مجموعه‌ای از قضایا یا فرضیه‌ها و ۳. داستانی که به شکل روایی نوشته می‌شود (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). بر همین اساس، در این پژوهش نظریه ارائه شده، مدل مطلوب آموزش و توسعه سرمایه انسانی در خبرگزاری صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است که با انجام بررسی‌های علمی، مصاحبه‌های عمیق و مطالعات میدانی صورت گرفته، به شکل کدگذاری بصری ارائه شده است و رویکرد سیستمی را به عنوان بهترین رویکرد برای نظام آموزش خبرگزاری تبیین کرده است.

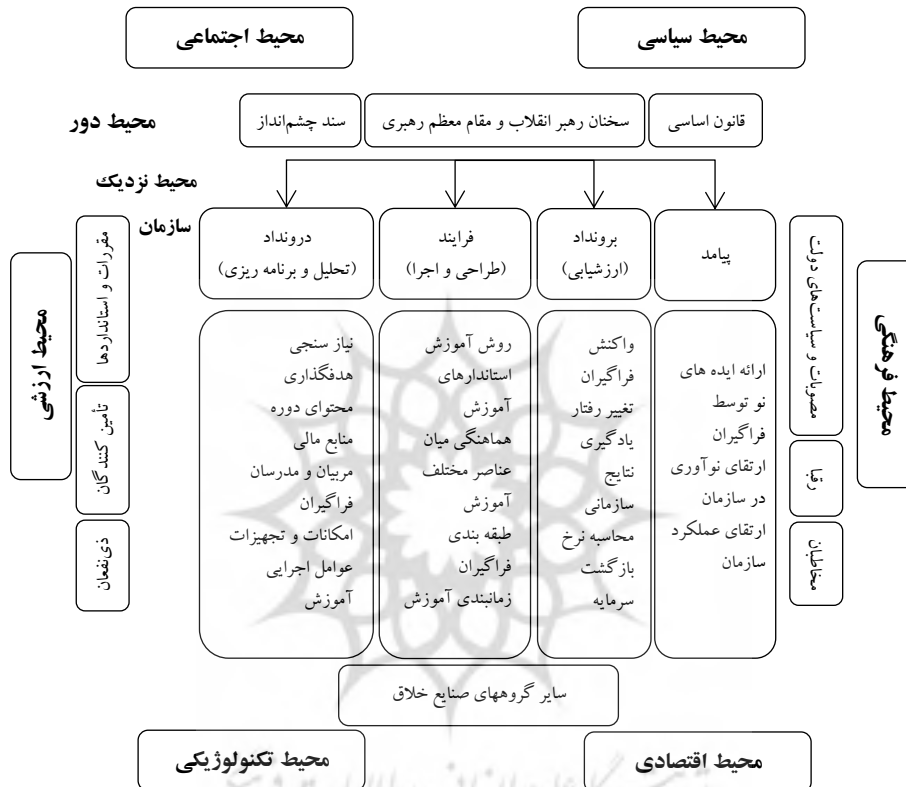
در این پژوهش برای طراحی نظام مطلوب آموزش و توسعه سرمایه انسانی در خبرگزاری صداوسیما لازم است تا دو رویکرد مهم مورد توجه قرار گیرد که عبارتند از:

۱. رویکرد نظام‌مند؛

۲. رویکرد کل‌گرا.

در رویکرد نظام‌مند آموزش به عنوان یک سیستم در نظر گرفته می‌شود که هم از عناصر مختلفی مانند ورودی، فرایند، خروجی، محیط و پیامد تشکیل شده است و هم خود جزئی از نظام بزرگتری مثل توسعه منابع انسانی سازمان است. در رویکرد کل‌گرا، آموزش به مثابه جزئی از یک کل، در نظر گرفته می‌شود. در این رویکرد اهداف، برنامه‌ها، سیاست‌ها، چشم‌انداز، راهبردها و... درون سازمان صداوسیما، تشکیل یک کل را می‌دهد که آموزش جزئی از آن در نظر گرفته می‌شود. پس از کدگذاری نظری حاصل از مصاحبه‌های انجام شده، مدل نهایی

(نمودار شماره ۲) که به عنوان مدل مطلوب آموزش و توسعه سرمایه انسانی در خبرگزاری صداوسیماست، طراحی شد. روابی و پایایی مدل با نظرسنجی از تعدادی خبرگان دانشگاهی با رویکرد فن دلفی تأیید شد.



نمودار ۲. مدل مفهومی آموزش و توسعه سرمایه انسانی خبرگزاری

مدل آموزش طراحی شده در این تحقیق شامل ۵ مؤلفه می باشد که هر مؤلفه نیز دارای شاخص هایی است.

۱. محیط

محیط دربرگیرنده عناصری است که بر سازمان تأثیرگذار بوده و یا سازمان می‌کوشد تا آنها را تحت تأثیر خود قرار دهد. با توجه به اینکه نظام، نظامی است که به‌عنوان یک زیرنظام توسعه منابع انسانی محسوب می‌شود، هر عامل محیطی که بر سازمان مؤثر باشد بر این نظام نیز اثرگذار خواهد بود.

۲. درون‌داد (تحلیل و برنامه‌ریزی)

این مرحله شامل دو کارکرد اصلی است که شامل: سنجش نیازهای آموزشی و تعیین هدف‌های آموزشی است.

۳. فرایند (طراحی و اجرا)

در این مرحله براساس اطلاعات حاصله از مرحله اول، برنامه مناسب برای تحقق اهداف، تدوین و اجرا می‌شود. این مرحله نیز شامل دو فعالیت زیر است:

۱. طراحی، ۲. اجرا.

۴. برون‌داد (ارزشیابی)

فرایند ارزشیابی حول سه محور عمده تمرکز می‌یابد: ۱. ایجاد معیارهای ارزشیابی مبتنی بر اهداف آموزشی؛ ۲. سنجش و ارزشیابی نتایج با استفاده از طرح‌ها و روش‌های ارزشیابی؛ ۳. ارائه بازخورد درونی.

۵. پیامد

در شرایط و وضعیت موجود خروجی نظام‌های آموزشی بیشتر پاسخگوی انتظارات نظام آموزشی تا سطح برون‌داد است، درحالی‌که نظام آموزش باید نتایج و وضعیت موردانتظار را نیز برآورده سازد. در این الگو پیامدهای مدل نیز به‌عنوان یکی از ابعاد مدل ملحوظ شده است که عبارتند از:

- ارائه ایده‌های نو توسط فراگیران؛

- ارتقای نوآوری در سازمان؛

- ارتقای عملکرد سازمان.

باتوجه به مدل طراحی شده براساس یافته‌های حاصل از مصاحبه، برخی از عوامل در درون این فرایند از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان دارای اهمیت و ارزش بیشتری است که در نظام آموزش کارکنان باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد و باید از بین روش‌های ارائه شده به صورت گزینشی با آن برخورد کرد که این عوامل عبارتند از:

۱. نیازسنجی

در روش نیازسنجی آموزش، روش دیکوم به عنوان بهترین روش در آموزش رسانه پیشنهاد شد. واژه DACUM مخفف Developing A Curriculum است که امروزه به صورت گسترده در سطح دنیا به کار می‌رود (رحیم‌پور لنگرودی، ۱۳۹۷).

۲. انگیزش

یکی دیگر از مواردی که مصاحبه‌شوندگان در زمینه مؤثر بودن نظام آموزش بر آن تأکید داشته‌اند، اثر انگیزش بوده است. یکی از مهم‌ترین نتایجی که از تحقیقات مربوط به انگیزش حاصل آمده است ارتباط بین زمان مصرف شده در تکالیف معین و انگیزش برای آن وظایف است و این یک ارتباط خطی است (ابراهیمی و خاقانی زاده، ۱۳۸۷).

۳. آموزش‌های چندمهارتی

یکی دیگر از مواردی که متخصصان و اساتید دانشگاه در خصوص اثربخشی نظام آموزشی رسانه‌ای در مصاحبه‌های انجام شده بر آن تأکید داشته‌اند، آموزش مهارت‌های گوناگون در فرایند آموزش است. باتوجه به میان‌رشته‌ای بودن علم رسانه، یادگیری تلفیقی و چندمهارتی بر کیفیت و ساماندهی نیروهای انسانی خواهد افزود.

۴. آموزش مهارت محور

اکثر پاسخ‌دهندگان روش آموزش مهارت محور را بر آموزش نظریه محور، ترجیح داده‌اند. از دیدگاه متخصصان و کارشناسان رسانه، برنامه‌های آموزشی باید به صورتی باشد که فراگیران روش یادگیری را به درستی فراگیرند.

نتیجه‌گیری

تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده از طریق کدگذاری برخی از چالش‌هایی را که در پیشینه تحقیق در حوزه آموزش سازمان‌های دولتی و اجرائی عنوان شد، مورد تأیید قرار داد. مهم‌ترین این چالش‌ها که عموماً فراروی اغلب سازمان‌های دولتی در کشور قرار دارد، در رسانه ملی نیز به استناد مصاحبه‌های انجام‌شده مشاهده می‌شود. با وجود فعالیت‌های گسترده و اهتمام لازم در مبانی قانونی برنامه سوم و چهارم توسعه و پیاده‌سازی سازوکارهای انگیزشی و الزامات قانونی، همواره توسعه و نهادینه‌شدن امور آموزش در دستگاه‌های اجرایی با موانع و چالش‌هایی روبه‌رو بوده است. در حوزه آموزش سازمان صداوسیما نیز برخی از این چالش‌ها وجود دارد که عبارتند از:

۱. برداشت هزینه‌ای از آموزش و کم‌توجهی به نقش توسعه‌ای آموزش به‌عنوان مهم‌ترین عامل خلاقیت، کارآفرینی و توسعه موفقیت بیرونی و درونی؛
۲. مشکلات مربوط به تعریف حیطه‌های مفهومی آموزش و توسعه منابع انسانی و محدودشدن آن به محیط‌های باثبات و قابل‌اندازه‌گیری؛
۳. مشکلات مربوط به تهیه و تدوین شاخص‌ها و استانداردهای آموزش و توسعه منابع انسانی؛
۴. عدم ترغیب و تشویق کارکنان به آموزش؛
۵. صوری‌بودن برخی از آموزش‌ها و توجه کم‌تر بر نیازهای شغلی و حرفه‌ای؛
۶. کم‌توجهی به ظرفیت‌سازی و پرورش توان فکری در سطوح مختلف کارکنان؛
۷. ضعف توان کارشناسی و علمی کارکنان در واحدهای آموزش و توسعه منابع انسانی در سنوات گذشته؛
۸. عدم تناسب و مطلوبیت نظام آموزش رسمی در تربیت نیروی انسانی متخصص موردنیاز (نیازسنجی نامناسب دوره‌های آموزشی)؛
۹. عدم تناسب بین شغل و شاغل (انتصابات نامناسب در خبرگزاری)؛
۱۰. جایگاه نامناسب آموزش صداوسیما در ساختار سازمانی در سنوات گذشته؛

۱۱. عدم انسجام و هماهنگی سایر نظام‌های منابع انسانی با نظام آموزش (گزینش نامناسب در بدو ورود)؛
۱۲. مشخص نبودن نتایج و پیامدهای آموزش کارکنان به دلیل نبودن الگوی ارزشیابی مناسب دوره‌های آموزشی؛
۱۳. محدودیت‌های اجرایی در اعمال سازوکارهای انگیزشی پیش‌بینی شده (نظامات تشویق و تنبیه)
۱۴. معین نبودن سازوکار معرفی کارکنان به دوره‌های آموزشی (به دلیل عدم نیازسنجی مناسب در سنوات قبل)؛
۱۵. عدم مشارکت کافی مدیران در طراحی دوره‌های آموزشی تخصصی و نیازسنجی آموزشی (خودباوری کاذب بین برخی از مدیران).

پیشنهادها

- براساس مطالعات نظری، پیشینه و نظرات حاصل از صاحب نظران و اندیشمندان شرکت کننده در مصاحبه و جمع‌بندی صورت گرفته از پاسخ به سؤال اصلی، می‌توان این گونه نتیجه‌گیری کرد که جهت توسعه منابع انسانی خبرگزاری از طریق آموزش، باید به مدل سیستمی ۵ عنصری (محیط، درون‌داد، فرایند، برون‌داد و پیامد) روی آورد که در آن ضمن پایش دقیق عناصر محیطی به پیامدها به‌عنوان روح حاکم بر نظام توسعه منابع انسانی توجه شود. در چنین شرایطی، نیازمندی‌های مجموعه سیستم و کاربران، رصد و پاسخ داده خواهد شد.
- باتوجه به اینکه چهارچوب مفهومی مدل شامل ابعاد، شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر آموزش، مشخص و تبیین شده است، برای عملیاتی شدن و اجرای اثربخش مدل، اقدامات ذیل باید توسط مجریان آموزش در سازمان صداوسیما صورت پذیرد:
۱. استفاده از روش دیکوم برای شناخت نیازهای آموزشی سرمایه‌های انسانی خبرگزاری؛
 ۲. ایجاد نیاز آموزشی برای کارکنان خبرگزاری توسط اداره کل آموزش و حمایت مدیران

- ارشد سازمان از دوره‌های آموزشی؛
۳. ایجاد سازوکارهای انگیزشی برای شرکت کارکنان در دوره‌های آموزشی طراحی شده توسط اداره کل آموزش؛
۴. ثبت تجارب مدیران، کارشناسان و متخصصان حوزه خبر به منظور به کارگیری در محتوای دوره‌های آموزش برای فراگیران؛
۵. به کارگیری اساتید مجرب دانشی و مهارتی برای دوره‌های آموزشی؛
۶. طراحی و تعیین گویه‌های کمی برای هر کدام از شاخص‌ها، به عنوان مثال ویژگی‌ها و توانمندی علمی مربیان و مدرسان که شامل: تحصیلات، تحصیلات مرتبط، تجارب آموزشی و شغلی مرتبط و... است؛
۷. تعیین و طراحی سطوح دسترسی به خروجی مدل ارائه شده برای سطوح مختلف مدیریتی و اجرایی، به طوری که مدیران عالی، مدیران آموزش و عوامل برنامه‌ریز و تصمیم‌گیر به راحتی قادر باشند از میزان اثربخشی هر دوره اطلاع یابند و عوامل و شاخص‌های مختلف را از حیث قوت، ضعف و مشکلات و موانع اثربخشی، شناسایی نمایند؛
۸. استفاده از پرسشنامه‌ها به منظور بررسی نظرات فراگیران، مدیران مستقیم فراگیران، مدرسان و مربیان، کارشناسان (عوامل اجرایی آموزش و سرپرستان)؛
۹. طراحی برنامه‌ای برای سنجش میزان اثربخشی و نظام پایش مدل آموزش؛
۱۰. بازنگری در نحوه و شرایط جذب کارکنان جدیدالورود و استخدام منابع انسانی متناسب با نیازهای شغلی در خبرگزاری از طریق بازخورد به مدیران ارشد منابع انسانی سازمان.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- ابراهیمی قوام، صغری و خاقانی زاده، مرتضی (۱۳۸۷)، نقش انگیزش در یادگیری، **دوماهنامه علمی - پژوهشی راهبردهای آموزش در علوم پزشکی**، ۱۳۸۷؛ دوره ۱، شماره ۱: ۱ - ۹.
- افروزی، حسن (۱۳۹۵)، **سرمایه انسانی**، گرفته شده در تاریخ تیرماه ۱۳۹۷ از سایت:
<https://www.bourseiness.com/financial-and-economic-dictionary/human-capital>
- برجعلی زاده، محمد؛ صادقی لواسانی نیا، نادر و محمدپور، سارا (۱۳۹۴)، بررسی نقش ساختار سازمانی بر کمیت و کیفیت اخبار تلویزیون در اتاق خبر از دیدگاه کارشناسان واحد مرکزی خبر سازمان صدا و سیما، **مطالعات منطقه‌ای**، دوره ۱۰ شماره ۳۰: ۷۱-۸۴.
- بایگاه فناوری فرهنگی (۱۳۹۵)، **صنایع فرهنگی و خلاق: موتور پیشرفت برای آینده**، گرفته شده در تاریخ تیرماه ۱۳۹۷ از سایت:
<http://cultech.ir/post/11111-2>
- پور کریمی، جواد؛ قاضی، ابوذر؛ مهدیون، روح اله و پوربرخورداری، امین (۱۳۸۹)، ارائه الگوی نظام جامع آموزش کارکنان جمعیت هلال احمر، **امداد و نجات**، ۱۳۹۱، دوره ۲، شماره ۱: ۵۶ - ۷۰.
- خادمی، ابوذر (۱۳۹۵)، **ارزیابی عملکرد نظام آموزش و توسعه منابع انسانی شرکت پتروشیمی شهید تندگویان ماهشهر با بهره گیری از مدل تعالی سازمانی (EFQM)**، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی گرایش آموزش و بهسازی منابع انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- جزنی، نسرن (۱۳۸۷)، **تدوین استراتژی‌های توسعه منابع انسانی**، قم: مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان.
- جعفری نیا؛ شمس اله و ابطحی، سیدحسین (۱۳۸۸)، **طراحی الگوی سنجش اثربخشی سیستم آموزش، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی**، دوره ۱، شماره ۴: ۲۵ - ۴۶.
- دانایی فرد، حسن و امامی، سیدمجتبی (۱۳۸۶)، **استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه پردازی داده بنیاد، اندیشه مدیریت**، سال اول، شماره دوم: ۶۹ - ۹۷.
- ربیعی، علی و اسمعیلی، معصومه (۱۳۸۹)، **اعتبار رسانه‌های خبری در میان شهروندان تهرانی در جریان تحولات اجتماعی قبل و بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸**، فصلنامه انجمن ایران، **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، دوره ۶، شماره ۱۹: ۱۱ - ۲۸.
- رحیم پور لنگرودی، حامد (۱۳۹۷)، **تجزیه و تحلیل و نیازسنجی آموزش مشاغل به روش DACUM**، گرفته شده در تاریخ آذرماه ۱۳۹۷ از سایت:
<https://isurvey.ir/25-internal/services-dacum.html>
- روشندل اربطانی، طاهر؛ سیدجوادین، سیدرضا و شریفی، سیدمهدی (۱۳۹۲)، **توسعه منابع انسانی در شهرت**

- رسانه‌ای و خلق سرمایه شهری، پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۲: ۴۳ - ۶۹.
- سیدجوادین، سیدرضا؛ مقیمی، سیدمحمد و سیدامیری، نادر (۱۳۹۴)، بازاریابی کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک و متوسط فناوری اطلاعات با رویکرد نظریه زمینه‌ای کلاسیک، مدیریت بازرگانی، دوره ۷، شماره ۱: ۱۰۱ - ۱۲۵.
- صبرکش، علی‌رضا؛ مزینانی، حبیب‌الله و نورمحمدی، هادی (۱۳۹۲)، آموزش و توسعه منابع انسانی در سازمان، مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی، شماره چهارم (پیاپی ۲۴)، سال ششم.
- طباطبایی، احمد (۱۳۸۸)، فنون راهبردی آموزش و توسعه منابع انسانی و چالش‌های فراروی آن، کارآفرینان امیرکبیر، شماره ۴۵: ۱۷ - ۲۰.
- فردانش، هاشم و کرمی، مرتضی (۱۳۸۷)، شناسایی الگوی طراحی آموزشی مطلوب برای آموزش‌های صنعتی، مطالعات برنامه درسی، دوره ۳، شماره ۸: ۱۰۶ - ۱۳۱.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ کروی، مهدی و صادق‌وزیری، فراز (۱۳۹۴)، نظریه داده‌بنیاد کلاسیک؛ شرح مراحل تولید نظریه مرکز نقلی هویت "برند توریسم سلامت ایران"، دوره ۷، شماره ۱: ۱۴۵ - ۱۶۲.
- کرمی، مرتضی (۱۳۸۷)، تعیین الگوی مطلوب طراحی آموزشی در سازمان‌ها، دومین کنفرانس توانمندسازی منابع انسانی، تهران، بنیاد توانمندسازی منابع انسانی ایران.
- کیقبادی، مرضیه؛ فخرایی، مرضیه؛ علوی، سیده‌سارا و همکاران (۱۳۸۷)، از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق مرور ادبیات موضوع، همراه با نگاهی به وضعیت صنایع فرهنگی در کشورهای پنج‌قاره جهان، گزارش پایانی گام اول پروژه تدوین سند توسعه صنایع فرهنگی استان قم.
- محمدی، مهدی (۱۳۹۵)، صنایع خلاق؛ تولید ملی، اقتصاد مقاومتی، جذبه بین‌المللی، گرفته‌شده در تاریخ تیرماه ۱۳۹۷ از آدرس سایت: <http://old.alef.ir/vdcgwn9wwak97u4.rpra.html?385733>
- میرسپاسی، ناصر (۱۳۷۷)، مدیریت منابع انسانی و روابط کار. تهران: انتشارات میر.
- Wong, C. (2005), *The growth of the creative industries and implications on the business environment and cities*.
https://www.anzam.org/wp-content/uploads/pdf-manager/2554_WONG_CAROLINE_IM-09.PDF (Access date 1395).
- DCMS Creative Industries Mapping Document (London: DCMS, 2001).
- DCMS Creative Industries Mapping Document (London: DCMS, 1998).
- Glasser, B. G. (1978), *Theoretical sensitivity : Advances in the methodology of grounded theory*, Mill Valley : Sociology Press Ca.
- Glaser, B. G. (1992). *Basics of grounded theory: emergence vs. forcing*. Mill Valley, CA: Sociology Press.

- Glaser, B. G. (1998). **Doing grounded theory: Issues and discussions**. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B. G. and S. Anselm L. (1967), **The discovery of grounded theory : Strategies for qualitative research**, Aldine Chicago.
- <http://old.alef.ir/vdcgwn9wwak97u4.rpra.html?385733/> (Access date 1395).
- <https://www.bourseinss.com/financial-and-economic-dictionary/human-capital>(Access date 1395).
- https://www.anzam.org/wp-content/uploads/pdf-manager/2554_WONG_CAROLINE_IM-09.PDF(Access date 2017).
- <http://rtda.ir>(Access date 1396).
- Panfilo, A. (2011). **The Role of Creative Industries in National Innovation System : The Creative Clusters of Moscow**. http://epub.lib.aalto.fi/pdf/wp/Aalto_W_BE_2011_001.pdf
- Strauss, A. and J. Corbin (1990), **Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques**. Newbury Park : Sage .
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). **Basics of qualitative research: Grounded Theory procedures and techniques**. Newbury Park, CA: Sage.

