

نقش تکنولوژی ارتباطات

مقدمه :

تحولات گسترده در زمینه کامپیوتر و ارتباطات، تغییرات قابل ملاحظه ای در ساختار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع بشری به وجود آورده است. گذشته حیات انسان مملو از ابداع و اختراعات ابزار و لوازم تسهیل کننده امور زندگی بوده اما فناوری های نوین اطلاعات و ارتباطات در حداقل دو دهه اخیر بیشترین تاثیر را در تغییر الگوهای رفتار و زندگی ساکنان کره خاکی داشته است.

دنیای ارتباطات و تولید اطلاعات به سرعت در حال تغییر بوده و ما امروزه شاهد همگرایی آنان بیش از گذشته با یکدیگر هستیم، به گونه ای که داده ها و اطلاعات بسرعت و در زمانی غیرقابل تصور به اقصی نقاط جهان منتقل و در دسترس استفاده کنندگان قرار می گیرد.

صرفه نظر از تعاریف متنوع و دامنه وسیع کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخشهای مختلف زندگی بشری، دسترسی سریع به اطلاعات و انجام امور بدون در نظر گرفتن فواصل جغرافیایی و فارغ از محدودیتهای زمانی محوری ترین دستاورد این فناوری است.

ضرورت تغییر:

اکنون که مرحله گذار در قرن بیست و یکم را سپری می کنیم، کشورهای در حال توسعه همچون ایران برای نیل به پیشرفت یا حتی رقابت با کشورهای توسعه یافته نه تنها باید خود را منطبق با فرهنگ بومی سازگار کنیم، بلکه باید ضمن بهره گیری از تکنولوژی های ارتباطی موجود، به ابداع روش هایی برای آموزش، یادگیری، کار و فعالیت در جهانی پردازیم که اجزای آن به طور فزاینده به هم وابسته است. جهانی که به سوی کوچک تر شدن و در عین حال پیچیدگی بیشتر سیر می کند؛ جهانی که در آن اطلاعات، محرک عمده، دانش، موجد قدرت و رسانه های جمعی دارای نقشی کلیدی است.

تجارت، بانکداری، آموزش، همه و همه وابسته به جریان اطلاعاتی بوده و به کمک تکنولوژی های ارتباطی جدید همچون کامپیوتر، ماهواره، تلفن، رادیو، تلویزیون، لیزر، فیبر نوری، ریز تراشه ها و تلفن های هوشیار تسهیل گردیده اند.

در واقع در بسیاری از روستاها. تلویزیون و رادیو جایگزین پیام رسانی سنتی شده است که در آن قصه گوها و جارچیان نقش اطلاع رسانی و سرگرمی مردم را ایفا می کرده اند.

اینک بسیاری از شرکتهای خدمات رسانی رایانه ای در حال توسعه سریع قلمرو خود از طریق شبکه جهانی اینترنت می باشند تا انواع خدمات را در اختیار مشتریان قرار دهند. این شبکه مجموعه بیکرانی از دستاوردهای جهانی را در زمینه ادبیات، آثار هنری، تحقیقات علمی، اطلاعات بازرگانی، گزارشات حکومتی و... به طور فزاینده ای برنامه های رادیویی و حتی فیلم های تلویزیونی در برمی گیرد. همچنین آن را می توان یک کتابخانه بزرگ جهانی و بلکه بزرگترین آنها به شمار آورد که می تواند در هر زمان و هر جا در دسترس متقاضیانی که از کامپیوتر دارای مودم و اشتراک به اینترنت بهره مندند، قرار دهد.

برای نخستین بار در تاریخ بشر، اطلاعات کالایی است که با اشاره سرانگشتان به دست می‌آید! در واقع شبکه‌های رایانه‌ای برای میلیون‌ها انسان یک کانال تبلیغاتی به ارمغان آورده تا بدین طریق به بسط ایدئولوژی خود در جهان پردازند. علاوه بر این، شبکه‌های رایانه‌ای را می‌توان آزادترین و در عین حال هشدار دهنده‌ترین عامل در مجموعه تکنولوژیهای ارتباط جمعی به شمار آورد، تا اندازه‌ای که هر کس در هر کجا و با هر مرام شخصی یا ایدئولوژی قادر به توزیع پیامها بین میلیون‌ها نفر و بدون هر گونه ممیزی قبلی خواهد بود.

جریان اطلاعات :

این نکته را نباید از نظر دور داشت که مهمترین علت پدیدار شدن و محبوبیت تکنولوژیهای اطلاعاتی پاسخگویی آنها به انبوه نیازهای مالی و سیاسی است.

به گفته ریفکین «امروزه دولتها و منافع تجاری به تقسیم و ایجاد حوزه‌هایی درون یکدیگر و تبدیل سیاره زمین به یک مجموعه تجاری متشکل از منابع قابل بهره‌کشی گردیده است» به علاوه بهره‌برداری از طیفهای الکترومغناطیس و مدارهای ماهواره‌ای، همواره به صورت منشأ تنش و درگیری بین کشورهای صنعتی شمالی و کشورهای در حال توسعه جنوبی گردیده است. این طیفها و مدارها جزء منابع جهانی و متعلق به همه ملل است. از اوان دهه هفتاد، وقتی ارتباطات فضایی به تحقق رسید تنها تعداد انگشت‌شماری از کشورهای اقدام به ارسال هزاران ماهواره برای خود یا مشتریانشان در مدار محدود کردند. نتیجه آن شد که صاحبان اینگونه وسایل مخابراتی از توانایی رسوخ عمیق به درون فرهنگ کشورهای مصرف کننده برخوردار گردیدند که این به نوبه خود تنش دیگری بین نیکمره جنوبی و شمالی به وجود آورد که اصطلاحاً به آن «امپریالیسم فرهنگی» یا «دخالت فرهنگی» می‌گویند بی تردید وقتی اکثر پردازشگرها و حاملهای اطلاعاتی در چند کشور معدوم‌مستقر شده اند. تکنولوژی پایه برای تولید و توسعه این دستگاهها نیز توسط سوداگران پیشرو در ایالات متحده، ژاپن و اروپای غربی طراحی، تکمیل و هدایت می‌شوند. علاوه بر این ناهماهنگی بین شمال و جنوب در زمینه جریان ارتباطات و اطلاعات و امکان تولید، توزیع یا دستیابی بدان به نحو زیادی یک جانبه است. به بیان دیگر «جریان اطلاعات در پهنه زمین غیر متعادل است زیرا بیشتر اطلاعات جهانی در بخش شمالی تولید می‌شود».

بدین ترتیب رسانه‌های ارتباط جمعی را می‌توان نه تنها به مثابه نیروی محرک در پشت سر تغییرات اجتماعی و فرهنگی قلمداد کرد. بلکه عاملی برای تحرک سیاسی در مرتبه ملی و بین‌المللی به حساب آورد.

حمید مولانا معتقد است که "بخشهای ارتباطات دور ملی و بین‌المللی به طور فزاینده‌ای در هم تنیده می‌شوند. بدین ترتیب بازار بین‌المللی توسط چند بازیگر اصلی شکل می‌گیرد که به نوبه خود مشمول مکانیسمهای کنترل کننده سیاسی، اقتصادی و نهادی ملی خود هستند. این بدان معنی است که بسیار مشکل یا حتی ناممکن خواهد بود که بین بخشهای داخلی و بین‌المللی تفکیک قائل شویم".

دیگر اینکه در محیط امروزی که ساخته و پرداخته رسانه‌هاست، مردم فرهنگهای مختلف درباره «دیگران» و حتی خودشان بیشتر بر اساس تصویرسازیهای رسانه‌ها قضاوت می‌کنند. بدین ترتیب در ارتباطات میان فردی و همچنین در مراودات اقتصادی و سیاسی، تصاویر قالبی که توسط رسانه‌ها تدارک دیده شده و در اذهان عامه نقش بسته، بر نحوه نگرش افراد نسبت به یکدیگر تأثیر بسزایی گذاشته است. به بیان دیگر، نگرش مردم از «دیگران» مجموعاً بر اساس آن چیزهایی است که از طریق رسانه‌های جمعی دیده، خوانده یا شنیده‌اند. در واقع رسانه‌های جمعی معاصر همچون مطبوعات و رادیو، تلویزیون - عملاً بر تمامی جنبه‌های زندگی بشر

تأثیر گذارده‌اند. اینها تعیین کننده چشم‌انداز ما از جهان، نحوه نگرش به دیگران و مهمتر از همه نحوه کنش متقابل ما با دیگران می‌باشند. بعنوان نمونه، رسانه‌های امریکا اغلب بازتابی منفی از خاورمیانه ارائه می‌کنند. از این رو، موانع دائمی، بلایا، کودتاها، شورشها و فعالیتهای تروریستی که بطور مرتب گزارش می‌شوند، تصویری ناپسند و خشن را از فرهنگها و مردم خاورمیانه، در امریکا و سایر کشورها تقویت می‌کنند. در نتیجه «دست اندرکاران رسانه‌ای جهان سوم بر این باورند که رسانه‌های خبری مسلط همچون شبکه‌های تلویزیونی CNN و BBC هر چه بیشتر به بسط دامنه تحریف و پیشداوری از طریق سیستم خبری بین‌المللی می‌پردازند.

سازمان های مجازی:

یکی از ساختارهای جدید سازمانی همان سازمانهای مجازی است. تعریف استاندارد از این نوع سازمانها در دسترس نیست، اما برای نشان دادن طیف وسیع تعریف های ارائه شده از این نوع سازمانها به طور خلاصه تعاریف زیر را می آوریم:

- سازمان مجازی یک سازمان کوچک و مرکزی است که منابع اصلی خود را از سایر سازمانها تامین می کند. یک سازمان مجازی از نظر ساختار بسیار متمرکز است و بندرت دارای واحدها و دواير تخصصی یا وظیفه ای است.

- سازمان مجازی بسیاری از فعالیتهای خود را از منابع خارجی تامین می کند و ساختاری به وجود می آورد که در آن به جای انجام وظایف سنتی در هر واحد داخلی، واحدهای خارجی عهده دار انجام آن وظایف شوند.

- سازمان مجازی را شبکه موقتی از واحدها و سازمانهای مستقل دانسته اند که شامل تولید کنندگان، مشتریان و رقباست. این واحدها به وسیله فناوری اطلاعات به هم پیوند می خورند و قدرت می یابند تا از فرصتهای جدید نهایت استفاده را ببرند.

ویژگیهای سازمانهای مجازی:

ویژگی این سازمانها اصولا با عناوینی مانند غیر سلسله مراتبی، افقی و جهانی مطرح می شود. اما به طور خلاصه می توان این ویژگیها را در پنج ویژگی اصلی زیر خلاصه کرد:

الف- ساختارهای افقی: ظهور سازمانهای افقی به عنوان پاسخی به تشدید رقابت در محیطهای عملیاتی است که توسط افزایش رقابت جهانی و پیشرفتهای اخیر در فناوری اطلاعات و حمل و نقل ایجاد شده است. افقی شدن سازمانها سطوح مدیریت در سازمان را کاهش می دهد و منابع انسانی را پراکنده می کند.

ب- جهانی شدن: با توجه به گسترش تجارت جهانی و شبکه ارتباط فرا مرزی، دیگر شرکتها و سازمانها جنبه محلی بودن خود را از دست می دهند و در چرخه فرایند بین المللی قرار می گیرند.

ج- ارتباط ماشینی: عصر آینده عصر ارتباطات است؛ اما نه ارتباطی از جنس گذشته بلکه ارتباطاتی که به وسیله ابزار آلات ماشینی مانند کامپیوتر انجام خواهد شد. در این سازمانها دیگر از تعاملهای گرم گذشته خبری نیست، بلکه کارفرمایان و نه رهبران سازمان با استفاده از کامپیوترهای شخصی با هر فرد دلخواه ارتباط برقرار می کنند. فروشندگان می توانند به وسیله یک شبکه محلی با هم ارتباط داشته باشند. براساس این خاصیت ارتباطات کامپیوتری به عنوان وسیله ای برای هدایت فعالیتهای اساسی

سازمان و همزمان افزایش نقش ارتباطات رو در روی غیر رسمی با هدف حفظ یکپارچگی سازمان، جایگزین ارتباطات رو در رو افراد در سازمانهای سنتی خواهد شد.

د- همکاری و رقابت بین سازمانی: شرکتهای مجازی به وسیله همکاری بین گروهی هم افزا نه تنها با هم همزیستی خواهند داشت، بلکه باعث رشد و پرورش یکدیگر می شوند.

ه- در گیری پویا: در گیری پویا نگرشی است که "زمان" و "روابط انسانی" و مدیریت را وادار به بازنگری در مورد نگرشهای قبلی در رویارویی با تغییر سریع و مداوم می کند. پویایی در مقابل ایستایی، حاکی از رشد و فعالیت مداوم و در گیری در مقابل کناره گیری، معرف ارتباط زیاد با دیگران است.

ویژگی های وسایل ارتباطی دوسویه:

تکنولوژی های دوسویه نوین ارتباطی در عین حال دارای ویژگی های مهم هستند که می توان آن ها را چنین برشمرد:

1- تعاملی بودن (interactivity): به مفهوم دو سویه شدن و دارا شدن و ویژگی های کانال های بین فردی و جمعی به طور همزمان و تغییر مفهوم جریان یکسویه اطلاعات (one.to many flow)

2- جمع زدایی (Dimassificaion): به این معنی که اکنون کنترل سیستم های ارتباطی از تولید کننده پیام به مصرف کننده پیام منتقل شده و به مرور به ارتباطات تفریقی تخصصی و تبدیل Broadcasting به Narrows (پخش پهن به پخش محدود) انجامیده است.

3- ناهمزمانی (Asynchronous): امکانات جدید در پخش و ضبط ویدئویی باعث غلبه بر عنصر زمان شده و کاربران قابلیت کنترل ارسال و دریافت پیام را از جنبه زمانی دارد. با این امکان می توان بر جبر زمان غلبه کرد. به عنوان مثال حال می توان به دستگاه ویدئو فرمان داد تا در زمانی که در خانه نیستیم، یک برنامه خاص را در همان زمان ضبط کند.

4- تمرکززدایی (Decentralization): حالا مرکزیت با فرستنده ها نیست با افراد است. ارتباطات مثل پست، سفارش پذیر شده است. می تواند پیام هر کسی را به خود او برساند. این امر در دوران غلبه ارتباطات جمعی یکسویه وجود نداشت.

5- ظرفیت باند (Bandcapacity): انفجار اطلاعات از همین منظور مطرح است. ظرفین باند میزان ورودی اطلاعات به یک مجموعه اطلاق می شود و یک ویژگی رقابتی به حساب می آید. ادغام شرکت های بزرگ در یکدیگر (megamerger) اکنون باعث افزایش ظرفیت باند صورت می گیرد.

6- انعطاف پذیری (Flexibility): این امر باعث شده است تا هر وقت که اراده می کنیم بتوانیم وارد شهر اطلاعات شویم. در چنین حالتی زمان و مکان معنا ندارد.

7- کاست از زمان اختار: رسانه های نوین دو سویه ارتباطی زمان اختار یعنی فاصله ارسال تا دریافت پیام را به حداقل رسانده اند. پخش زنده (live) یکی از این مصادیق است.

8- گسترش دامنه پذیرش و کاستن از توزیع کنندگان: یعنی افزایش مخاطب و پیاده شدن تئوری دستان کمتر در توزیع که به انحصار در پخش می انجامد.

تلویزیون اینترنتی:

تلویزیون اینترنتی یک فناوری جدید است که دنیای تلویزیون و اینترنت را به هم پیوند می دهد و محصول هم گرایی صنعت رایانه، مخابرات و (Multimedia چند رسانه ای) است و هدف از پیدایش این فناوری حفظ بیننده و ایجاد روش های جدید استفاده از تلویزیون است.

بسیاری از محققین از تلویزیون اینترنتی به عنوان پدیده عصر ارتباطات، یاد کرده اند. روزی که رادیو اختراع شد، باور عمومی بر این بود که دیگر دوران روزنامه ها سپری شده است. اما روزنامه با تغییر ساختار خود باز هم به حیات خود ادامه داد. همین اتفاق دوباره زمانی که تلویزیون اختراع شد، نمود پیدا کرد. آن روز نیز بسیاری فکر کردند که دیگر دوران سینما به سر رسیده است، اما !... و این اتفاق در زمان ما نیز برای چندمین بار در حال تکرار است. البته شکی نیست که با ورود هر کدام از این پدیده های جدید، قدیمی ترها تحت تاثیر قرار گرفته و میزان رویکرد عمومی جامعه به قدیمی ترها کمتر شده است.

اختراع اینترنت و گسترش کاربری های متنوع آن، همچنین گزارش های آماری حاکی از اینکه در کشورهای توسعه یافته میزان استفاده از اینترنت به مراتب بیشتر از تلویزیون است، عده ای از نظریه پردازان را به سمت این باور هدایت کرد که با توسعه رسانه ای جدید به نام اینترنت، سایر رسانه ها افول خواهند کرد. ولی ظهور تلویزیون اینترنتی که ترکیبی از امکانات فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در کنار تلویزیون سنتی است، به شکل گیری تصور جدیدی در رابطه با آینده دنیای ارتباطات منجر شد.

با این اوصاف غلبه تلویزیون اینترنتی بر جهان رسانه ای گریزناپذیر خواهد بود. اصطلاحی که از آن Internet Protocol TV یا IPTV نام برده می شود.

موضوع از زمانی شروع شد که موجودی به نام ITV که مخفف Interactive Television است، در دنیای رسانه ها متولد شد.

مخاطبان تلویزیون از طریق اینترنت به بانک اطلاعاتی شبکه مورد نظر دست می یابند و می توانند به صورت On Line در آنچه مشاهده می کنند، دخل و تصرف کنند. البته قطعاً مقصود از دخل و تصرف این نیست که علایق خود را بر تمامی بیننده ها تحمیل کنند، بلکه هر کاربری خود تعیین می کند که چه چیزی را و چگونه می خواهد ببیند. مزیتش نیز این است که کاربر می تواند زمان پخش یک برنامه را تغییر داده، یا برنامه دلخواه خود را رزرو کند و بعد با پیغامی که داده می شود از زمان پخش آن برنامه با خبر شود، و یا اینکه کاری کند که برنامه به طور خودکار برای او ذخیره شود. یکی دیگر از قسمت هایی که در آن پویایی تلویزیون اینترنتی به بهترین وجه دیده می شود؛ بخش سفارشات خرید اجناس، موسیقی و یا فیلم دلخواه است.

فناوری اطلاعات و آینده سازمان:

قرن اطلاعات ساختار سازمان را شاخه شاخه می کند، در حالی که سازمان ها در دوران صنعتی بر پایه مقررات و سلسله مراتب دیوان سالاری استوار بودند. بر عقیده پیتراک دراکر سازمان جدید در قرن اطلاعات با ساختاری مبتنی بر اطلاعات است. از دیدگاه دراکر سازمان جدید نتیجه کارکرد دیوان سالاری نیست، بلکه حاصل تلاش متخصصان دانش است که فرآیند اطلاعات را خلق می کنند. به عقیده او، کارگران جامعه مبتنی بر دانش به طور مقدماتی با اطلاعات کار می کنند.

به نظر دراکر بر خلاف گذشته که سازمان عمدتاً از دیدگاه دیوان سالاری و سلسله مراتبی از بالا به پایین دیده می شود و شکل هرمی را داشت سازمان مبتنی بر اطلاعات به نوعی ساخت مسطح دارد و دانش از این پس تنها در دست بالایی ها منحصر نخواهد شد و در سطوح کارشناسان دانش که در رده های مختلف اشتغال دارند، توزیع نخواهد شد.

برای مثال پست الکتریکی جایگزین تلفن می شود. اما پست صوتی امکان ذخیره سازی اطلاعات را بالا می برد. سیستم ملاقات الکترونی نوعی حمایت جمعی را با خود خواهد آورد.

تله کنفرانس امکان برقراری ارتباط بین کارشناسان دانش را فراهم می آورد. و در هزینه رفت و آمد و زمان صرفه جویی می شود. بانک های اطلاعات امکان دسترسی آسان تر به داده های داخلی و خارجی را فراهم خواهند کرد.

سیستم تصمیم گیری به وسیله رایانه، سیستم اداره الکترونی، هماهنگی، اطلاع رسانی و شبکه های مخابراتی موجبات کار کردن براساس اقتصاد اطلاعات را فراهم می کنند. فناوری همچنین در روش های ارتباطی سازمان ها تغییر به وجود خواهد آورد. از جمله؛ داده های الکترونی (EDI)، اطلاعات مربوط به فروش، صورتحساب های بانکی و نظایر آن.

در جمع بندی از این بحث می توان اثرهای رسانه های جدید برای ارتباطات برون سازمانی در جوامع معاصر را فهرست وار به شرح زیر ارائه داد؛

- 1- مدیران بدون مهارت ارتباطی حذف می شوند.
- 2- ارتباطات سازمانی (درون و برون) از اهمیت بیشتری برخوردار می شود، و مدیریت ارتباطات مجموعه فعالیت های ارتباطی خارج از سازمان شامل فروش، استخدام، بازار یابی و آگهی، ارتباط با مشتریان و روابط عمومی را در بر می گیرد.
- 3- ارتباط با رسانه ها بیشتر جنبه مستقیم و زنده پیدا می کند و مدیریت اطلاعات توسعه می یابد.
- 4- مشارکت مردم و کارکنان بیشتر خواهد شود و در جامعه مبتنی بر دانش، اطلاعات در سطح کارشناسان توزیع می شود.
- 5- تولید اطلاعات افزایش می یابد و سازمان ها بیش تر بر تصویر و هویت سازمانی متکی خواهند شد.
- 6- با افزایش اهمیت و نقش رسانه ها در جوامع واحدهای ارتباطی سازمان های توسعه خواهند یافت.
- 7- سنجش نظرات مردم از اهمیت بیشتری برخوردار شد.
- 8- شبکه های ارتباطی درونی و برون سازمانی توسعه خواهند یافت .
- 9- پایش (مونیتورینگ) اطلاعات و رسانه ها از فعالیت های عمده هر سازمان می شود.
- 10- پاسخ گویی به رسانه ها از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد شد.
- 11- فن آوری جدید اطلاعات در دو سطح ارتباطی و تصمیم گیری به کار می افتند.
- 12- فن آوری جدید، فن آوری های سنتی را حذف نمی کنند، بلکه با آن ها ادغام می شوند.
- 13- رسانه های آینده، رسانه های رایانه ای (سایبر) خواهند بود.

ویژگیهای تکنولوژی اطلاعات:

1- اطلاعات، ماده خام تکنولوژی است. در گذشته اطلاعات روی تکنولوژی عمل می کرد اما اینک تکنولوژیها روی اطلاعات عمل می کنند .

2- تاثیر تکنولوژی جدید فراگیر است. از آنجا که اطلاعات جزء جدا ناپذیر فعالیتهای بشری است ، همه فرایندهای حیات فردی و جمعی مستقیماً توسط رسانه تکنولوژی جدید شکل داده می شود .

- 3- شبکه با استفاده از تکنولوژیهای اطلاعاتی در همه انواع سازمانها و فرآیندها تحقق عینی پیدا کرده است .
- 4-تکنولوژیهای اطلاعات به انعطاف پذیری متکی است. نه تنها فرایندها برگشت پذیر هستند، بلکه سازمانها و نهادها را می توان با آرایش مجدد اجرای آنها اصلاح کرد و تغییر داد .
- 4- همگرایی فزاینده تکنولوژی های خاص در درون یک سازمان بسیار منسجم است که در آن مسیرهای تکنولوژیک قدیم و جدید غیر قابل تشخیص می شوند .

اکولوژی رسانه :

اکولوژی رسانه به منزله مطالعه رسانه به عنوان محیط است که در بر گیرنده ساختار آن، محتوای آن و تاثیر آن بر مردم می باشد .

اکولوژی بودن یک رسانه با سه شاخص تکنولوژی در دسترس ، محتوا و مندرجات رسانه و موقعیت اجتماعی رسانه تعریف می شود.

چهار دوره اکولوژی رسانه :

1- عصر ظهور فناوری ارتباطی

2 - عصر رسانه های دیداری- شنیداری

3- عصر چند رسانه ای ها

4 - دوره فرا رسانه

به دلیل اینکه عصر حاضر مربوط به دو دوره آخر است به شرح آن می پردازیم :

عصر چند رسانه ای ها :

شامل ماهواره ، ویدئو، تله تکس و کامپیوتر است که تاثیرگذاری بیشتری بر مخاطب می گذارد. در این دوره مندرجات رسانه به رشد کمی رو آورد و با تولید انبوه و تکرار در انواع اطلاعات ، متن، تصویر، فیلم و نوارهای سی دی همراه شد . موقعیت اجتماعی با تلاش غرب برای انتقال تجربیات و پیامدهای کارکرد رسانه ها در غرب به شرق و جهان سوم همراه بود .

عصر فرا رسانه :

شامل اینترنت (1991) و w3c(1994) می باشد .

مندرجات رسانه ها تحول کیفی یافت و بر اساس ویژگیهای فرا رسانه ای پدیده واقعیت مجازی، فرامتن، دسترسی آسان و رایگان به اطلاعات شکل گرفت.

در این عصر تکنولوژیها با پیشرفت چشمگیر همراه بودند و محتوا و مندرجات رسانه با تحولات کمی و کیفی فراوان روبرو شدند. همچنین موقعیت اجتماعی که در جوامع گوناگون به دلیل تاثیر این فرا رسانه ها متحول گردیده بود نمونه های بارزی را همراه داشت و موجب شد در این دوره ویژگی اکتولوژی بودن رسانه را بیش از پیش نشان دهد. تکنولوژی نقش رسانه را دگرگون کرده است و این امر نه تنها ناشی از تاثیر آن بر خود رسانه است که به وسیله پیوند دادن نظام رسانه ها با بازاریابی سیاسی رخ داده است.

این واقعیت که رسانه ها خود قادرند هر وقت که بخواهند از طریق گزارشها، بی وقفه اخبار را تحت شعاع قرار دهند به این معنی است که آنها باید دائما آماده باشند و همه تصمیمات سیاسی را به زبان سیاست رسانه ای برگردانند و آثار آن را با نظر سنجی اندازه گیری کنند.

نقش تکنولوژی اطلاعات در توسعه منابع انسانی:

در توسعه منابع انسانی، همواره بایستی ظرفیتهای جدید انسانی را شناخت، تا توسعه قابلیتها و کیفیتهای انسانی به صورت یک فرآیند دائمی انجام شود. تحقق این امر در گرو بهره گیری از تکنولوژی اطلاعات است، چون در فرآیند تکنولوژی اطلاعات دائماً اطلاعات تولید، پردازش، توزیع و مدیریت میشود، بنابراین، تکنولوژی اطلاعات زمانی حلال مشکلات خواهد بود که در خدمت توسعه و پرورش انسانها قرار گرفته و قابلیتهای انسانی باهم تلفیق و به توسعه و بهره وری منجر گردد. براین اساس و با توجه به نقش و تاثیر تکنولوژی اطلاعات در توسعه منابع انسانی در این مقاله سعی بر آن است مفهوم تکنولوژی اطلاعات، مفهوم توسعه منابع انسانی تبیین و به نقش تکنولوژی اطلاعات در ابعاد مختلف توسعه منابع انسانی پرداخته شود.

مفهوم تکنولوژی اطلاعات:

تکنولوژی اطلاعات قبل از اینکه یک سیستم سخت افزاری و مجموعه ای از الگوها باشد یک نظام فکری و فرهنگی است و میتوان آن را فرهنگ تولید اطلاعات نامید.

بدون ایجاد فرهنگ تولید اطلاعات، نظام IT نمی تواند دوام داشته باشد. بنابراین، آنچه در IT مهم است تفکر اطلاعات گرا است. تکنولوژی اطلاعات از اتصال و ترکیب مجموعه ای از فکرهای مفید تولید شده شکل میگیرد و کامپیوتر و سوپر کامپیوترها و سیم و کابل و ابزارهایی از این قبیل نیست. در تکنولوژی اطلاعات، فکر انسانهای خردمند است که تولید اطلاعات میکند. تکنولوژی اطلاعات (IT) یعنی روشهای تولید و جمع آوری اطلاعات و استفاده از آن در جامعه و سازمان تکنولوژی اطلاعات با کوچک کردن، ارزان کردن و کاربری ساده برنامه های کامپیوتری باعث شده دسترسی به اطلاعات از هر جا و توسط هر شخص به راحتی صورت گیرد.

پایگاه‌های اطلاعاتی برگرفته از مفهوم تکنولوژی اطلاعات فرآیندهای پیچیده درون سازمانی را تسهیل کرده و با اتصال سازمانها به همدیگر، شبکه‌های سازمانی را بنا نهاده است و دیدگاه‌های میان مدت مدیران به دیدگاه‌های بلندمدت بدل شده است. به طور کلی در مفهوم تکنولوژی اطلاعات مولفه‌های زیر وجود دارد.

فرهنگ تولید اطلاعات؛ اطلاعات گرای؛ جمع‌آوری اطلاعات؛ خلاصه‌سازی اطلاعات؛ تحلیلگری؛ حساسیت اطلاعاتی؛ پردازشگری؛ تفکر شبکه‌ای؛ بهینه‌سازی؛ یکپارچه‌سازی؛ پژوهشگری؛ روش‌سازی؛ ذخیره‌سازی؛ انتقال اطلاعات .

مفهوم توسعه منابع انسانی:

در مفهوم جدید توسعه منابع انسانی، انسانهای سازمانی بایستی به کیفیت‌هایی مجهز شوند که هیچگونه مشکلی با سازمان نداشته باشند و با دلسوزی و تعهد و بینشی علمی، تمام توانمندیها، انرژی، تخصص و فکر خود را در راستای تحقق ماموریت‌های سازمانی قرار دهند و دائماً برای سازمان ارزشهای فکری و کیفی جدیدی تولید کنند. به طور کلی توسعه منابع انسانی دارای مولفه‌های زیر است:

1- ایجاد آگاهی علمی و ارتقای دانش کارکنان.

2- تولید رفتارهای علمی و متعادل در کارکنان.

3- ایجاد ارزش افزوده بعنوان کیفیت در کارکنان.

4- ارتقای قابلیت‌های کارکنان.

5- توسعه مهارت‌های انجام کار.

6- به روز کردن اطلاعات کارکنان.

7- توانایی حل مسائل به شکل علمی.

8- درست انجام دادن کار.

9- تصمیمگیری عقلایی.

10- رشد شخصیت هماهنگ در کارکنان.

11- توانایی ترکیب اطلاعات و ساختن مجموعه‌های جدید.

نقش تکنولوژی اطلاعات در توسعه منابع انسانی محور توسعه منابع انسانی، وجود اطلاعات کاربردی و جدید است که اطلاعات در یک فرآیند منطقی به نام تکنولوژی اطلاعات میتواند به ایجاد و توسعه توانمندیهای جدید در منابع انسانی کمک کند. به طور کلی تکنولوژی اطلاعات در ابعاد زیر به توسعه منابع انسانی منجر میشود.

توسعه حرفه ای:

یکی از نشانه های عملیاتی انسان توسعه یافته که به اشتغال کمک می کند و یا فرآیند اشتغال را تسهیل می سازد، داشتن مهارتهایی است که زمینه های رشد و توسعه داشته باشد. زمانی که ظرفیتهای مهارتی آماده توسعه باشد ولی محتوای متناسب با آن فراهم نشود، مهارتها بعد از مدتی کهنه شده و نیاز سازمان و فرد را برآورده نمیکند. در این زمان اطلاعات ظرفیتهای خالی و کهنه شده را جانی دوباره میبخشد و به توسعه مهارتی کارکنان کمک میرساند و این به خاطر این است که اطلاعات جدید توقعات جدیدی را در افراد سازمان ایجاد و بعد از مدتی اطلاعات تبدیل به روش کار و مهارت میگردد و جبهه های جدید مهارتی و کاری ایجاد می شود. به طور کلی تکنولوژی اطلاعات، در ابعاد زیر به توسعه مهارتی کارکنان کمک می کند و اشتغال و بهره وری تسهیل می یابد.

الف - مهارتهای کهنه را بازسازی می کند؛

ب- ظرفیتهای خالی قبلی را تکمیل می سازد؛

ج - مهارتهای جدید به وجود می آورد؛

د - بین مهارت کارکنان پیوند ایجاد می کند؛

ه - مهارت آموزی فرآیندی میشود.

ارزش مهارتها با رشد تکنولوژی افزایش یافته است و تکنولوژی اطلاعات پیشرفته به دنبال خود مهارت پیشرفته ایجاد میکند. تکنولوژی اطلاعات دامنه مهارتی انسان را توسعه می دهد. تکنولوژی اطلاعات زمینه هایی نظیر مهارت برقراری ارتباط کلامی، مهارت ارتباط کتبی، مهارت ارتباط نمایشی، مهارت قانع سازی و مهارت استفاده از اطلاعات را در کارکنان ایجاد و تقویت می کند.

تقویت مهارت ادراکی:

از جمله نشانه های انسان توسعه یافته، داشتن مهارت ادراکی است؛ مهارت ادراکی توانایی درک این نکته است که کارکردهای گوناگون سازمان با یکدیگر وابسته است و تغییر در هر یک از بخشها الزاماً بخشهای دیگر را تحت تاثیر قرار می دهد. مهارت ادراکی چیزی نیست که بتوان با یک دوره آموزش نظری آن را ایجاد کرد بلکه فکر کارکنان باید تغییر کند و در واقع اندیشه ادراکی تبدیل به کنش ادراکی شود.

زیربنای مهارت ادراکی تفکر سیستمی است و از طریق تکنولوژی اطلاعات می توان مهارت ادراکی را ایجاد و پرورش داد و این به خاطر این است که تکنولوژی اطلاعات یک سیستم است که در عمل مهارت ادراکی و سیستمی فکر کردن و عمل کردن را به افراد یاد می دهد.

سیستم تکنولوژی اطلاعات در عمل موجب می شود که انسانها شروع، فرآیند و عملکرد سیستم اطلاعاتی را در یک مجموعه قرار داده و درک کنند و به مهارت و توانمندی ادراکی مجهز شوند که این مهارت موجب میگردد شروع فرآیند و نتیجه کارها را به هم پیوند دهند. به طور کلی تکنولوژی اطلاعات در ابعاد زیر به تقویت مهارت ادراکی کمک میکند:

1- قدرت شناخت فرد به لحاظ آگاهی از عناصر سیستم اطلاعاتی تقویت میگردد.

2- قدرت درک روابط بین اطلاعات و مولفه ها تقویت می شود.

3- تصویر کلی و جمع بندی کلی از اطلاعات به دست می آید.

4- به لحاظ درک روابط منطقی بین داده ها، فرد به تفکر منطقی مجهز میشود.

5- قدرت پیشبینی بالا می رود.

تقویت مهارت تصمیم گیری:

تصمیم گیری فرآیندی است که در آن نقش اصلی را اطلاعات بازی می کند، یعنی اول بایستی اطلاعات مورد نیاز تصمیم گیری فراهم شود تا بتوان اطلاعات را ترکیب و تصمیم گیری کرد. تکنولوژی اطلاعات موجب می شود که افراد سازمان از بین اطلاعات تولید شده اطلاعات مربوط به تصمیم مورد نیاز را انتخاب و پردازش و مورد استفاده قرار دهند. در فرآیند تصمیم گیری، کارکنان نحوه استفاده از اطلاعات را یاد می گیرند. عادت کرده ایم با هر اطلاعاتی که به دستمان می رسد، تصمیم گیری کنیم که این کار حرفه ای نیست. تکیه به عقاید افراد ناوارد و غیرمتخصص نه تنها دردی را دوا نمی کند بلکه آدمی را به ورطه گمراهی می کشاند. همین مشورت و کسب اطلاعات از افراد غیرمتخصص سبب میگردد که انسان در تصمیمگیری به خطا رود.

از شاخصهای انسان توسعه یافته این است که در تصمیم گیری فرآیند کسب اطلاعات از منابع غیرموتق و در دسترس را جایگزین کسب اطلاعات از منابع موثق کند که این امر نیازمند وجود ساختار اطلاعاتی است. یعنی زمانی که تکنولوژی اطلاعاتی وجود داشته و قابل دسترس باشد.

افراد براساس اطلاعات دقیق تصمیم گیری کرده و درواقع سیستمهای اطلاعات مدیریت مانند سیستمهای پشتیبان مدیریت و سیستمهای پشتیبان تصمیم گیری میتوانند اطلاعات به هنگام، مناسب و سریعی را در اختیار قرار دهند تا با حداقل اشتباه تصمیم گیری کرد. براین اساس، افراد از مهارت تصمیم گیری علمی بهره مند می شوند و از این بابت به مهارت تصمیم گیری در عمل منجر می گردد. به طور کلی IT در ابعاد زیر به تقویت مهارت تصمیم گیری کمک می کند:

1- مسئله یابی و فرصت یابی که سنگ بنای تصمیم گیری استراتژیک است، سریعتر و دقیقتر انجام میشود.

2- برنامه ریزی جامع بهتر تدوین میگردد.

3- کیفیت تصمیمات افزایش میابد.

4- زمان تصمیم گیری به حداقل میرسد.

- 5- خطای انسانی در شبکه پردازش اطلاعات سازمانی کاهش مییابد.
- 6- گرایش به سمت فرضهای تصمیم گیری عقلایی به وجود میآید.
- 7- از طریق بازخوردهای سریع مهارت تصمیم گیری اصلاح می شود.

ایجاد روحیه پژوهشی در کارکنان:

یکی از کیفیتهایی که بیانگر انسان پرورش یافته است، این است که آنان روحیه پژوهشگری داشته باشند. به وجود آوردن چنین کیفیتی را با کلاس و آموزش رسمی نمیتوان ایجاد کرد. ولی از طریق پیاده سازی ساختار تکنولوژی اطلاعات کارکنان به راحتی به آن مجهز میشوند. اطلاعات، خمیرمایه و اساس تحقیقات است و زمانی که تکنولوژی اطلاعات به راحتی اطلاعات را در اختیار کارکنان قرار دهد و یا تکنولوژی اطلاعات افراد را احاطه کرده باشد، کارکنان به شکل ساختاری و خودجوش به تحقیق روی آورده و روحیه پژوهشگری تقویت می شود. به طور کلی تکنولوژی اطلاعات در ابعاد زیر به تقویت روحیه پژوهشی کمک میکند.

1- توانمندی به کارگیری اطلاعات در افراد تقویت می شود.

2- توانایی انتخاب اطلاعات بالا می رود.

3- قدرت شناخت افراد افزایش می یابد.

4- افراد نسبت به اطلاعات حساس می گردند.

5- پژوهش گروهی شکل میگیرد.

زمانی که تکنولوژی اطلاعات ضعیف و انگیزه به کارگیری آن نیز کم باشد، روحیه تکرار مطالب قبلی حاکم و در حالی که تکنولوژی اطلاعات قوی و در دسترس و انگیزه به کارگیری کم باشد، روحیه پژوهش به لحاظ هجوم اطلاعاتی شکل میگیرد و زمانی که انگیزه به کارگیری اطلاعات زیاد ولی تکنولوژی اطلاعات ضعیف باشد، روحیه پژوهش عمیق میماند. در حالت مطلوب تکنولوژی اطلاعات قوی و انگیزه زیاد روحیه پژوهشی را در کارکنان کاربردی میکند.

شکل گیری تفکر استانداردگرا:

یکی از شاخصهای انسان توسعه یافته مجهز شدن به تفکر استانداردگرا است که این امر در گرو وجود تکنولوژی اطلاعات است. استاندارد فکر و عمل کردن موجب می گردد که نیروی انسانی، توانمندیهای خود را بهتر و بیشتر در راستای هدفهای سازمان قرار دهد و از انحراف اقدامات جلوگیری کند. استاندارد عمل کردن تعیین مشخصات کالاها و خدمات مورد نیاز یا تعیین درجه ویژگیهای کیفی کالا و خدمات و حد مرغوبیت قابل پذیرش و مطلوبیت مورد نظر برای آن از نظر اندازه، شکل، رنگ، خواص فیزیکی و شیمیایی به منظور بهبود کیفیت و حصول اطمینان از مصرف یک فرآورده می باشد (8) که زیربنای

آن وجود تکنولوژی اطلاعات پویایی است که به صورت دائم اطلاعات مورد نیاز را برای استاندارد عمل کردن ارائه و از طریق بازخورد اطلاعاتی سطح استاندارد گرای ارتقا میابد. به طور کلی تکنولوژی اطلاعات در ابعاد زیر به تقویت تفکر استاندارد گرای و توسعه منابع انسانی کمک میکند.

1- چهارچوب های کلی استاندارد را مشخص میسازد.

2- معیارها و شاخصهای مورد نیاز را در دسترس قرار میدهد.

3- میزان انحراف از استاندارد را تعیین میکند.

4- با نظارت اطلاعاتی به عملیات فرد جهت میدهد.

5- به تقویت مستندسازی که نوعی استانداردسازی است، میپردازد.

6- انسجام فکری ایجاد میکند.

7- از دخالت ذهنیت در کار جلوگیری بهعمل میآورد.

تقویت خودنظارتی:

خودنظارتی یکی از ابعاد توسعه منابع انسانی است و هر فردی که بدان مجهز شود، دائماً به بالندگی و کامل ساختن خود فکر میکند. خودنظارتی، نوعی رهبری بر خود است که از آن طریق میتوان بر مجموعه دانش و اطلاعات و استعدادها مدیریت کرد. خودنظارتی زمانی کاربردی می شود که فرد به اطلاعات مناسب و مفیدی دسترسی داشته باشد، در این حالت می تواند وضعیت خود را با اطلاعات تولیدشده، مقایسه و خود را به روز نگه دارد. باضعیف بودن تکنولوژی اطلاعات بازخورد اطلاعاتی و حرفه ای لازم به افراد داده نمی شود و در این حالت افراد منتظر نظارت و هدایت مدیران هستند و این امر مطلوبی در نظارت نیست. زیرا معمولاً مدیران سازمان هیچ موقع خود مستقیماً نیاز به داشتن اطلاعات و تخصص در مورد جزئیات تکنولوژی اطلاعات ندارند و همواره برای آنها اطلاعات کلی کافی است. در این حالت است که نقش اطلاعات دهندگی را به خوبی ایفا نمی کنند و در نتیجه فرآیند نظارت ناقص و ناکافی میشود. براین اساس، فعال بودن تکنولوژی اطلاعات میتواند خود نظارتی را تقویت سازد. به طور کلی تکنولوژی اطلاعات در ابعاد زیر به تقویت خود نظارتی کمک می کند:

1- سرعت دسترسی به اطلاعات را بالا می برد.

2- بازخورد سریع اطلاعاتی فراهم میسازد.

3- اصلاحات و تغییر دانش به راحتی انجام میشود.

4- میزان انحراف از استانداردها مشخص میگردد.

5- فرد به کشف نقاط ضعف کاری و حرفه ای خود میپردازد.

6- فرد بر دانش خود خوب مدیریت می کند .

سند افق رسانه ملی:

تحولات شگفت انگیز در عرصه ارتباطات به ویژه در دهه اخیر، تمامی مناسبات بشری را دگرگون ساخته است. دسترسی انسان به ابزارهای نوین ارتباطی از طریق فناوریهای پیشرفته و سرمایه گذارهای کلان دولتها در این زمینه، تعریف جدیدی از قدرت و موازنه آن در دنیای کنونی ارائه داده است .

حضور در میانه و هنگامه چنین جنگ رسانه ای توانفرسایی، برنامه ریزی و مدیریت ویژه ای را نیاز دارد . محیط بسیار متغیر و متحول دنیای ارتباطات ایجاب می نماید سازمان صدا و سیما در آستانه برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور و در راستای چشم انداز بیست ساله نظام، دست به حرکتی نو در برنامه ریزی و ترسیم حرکت آینده خویش بزند. از این رو به پیروی از منویات رهبر فرزانه انقلاب، رسانه ملی مأموریت یافت با نگاهی راهبردی، آینده نگرانه و معطوف به چالش های محیط خارجی و تحلیل محیط داخلی سازمان، استراتژی حرکت خود را در پنج سال آینده ترسیم نماید .

مأموریت :

سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به مثابه دانشگاه عمومی و با بهره گیری از هنر فاخر و سمت دهی مؤثر و کار آمد آن، از طریق کانال های رادیویی و تلویزیونی، و برخوردار از رسانه های مجازی (شبکه های رایانه ای و اینترنتی) و مکتوب با تولید و پخش برنامه های متنوع آموزشی، خبری و اطلاع رسانی، سرگرمی و تفریحی و ...

در حوزه استانی، ملی، منطقه ای و جهانی -با مخاطبان گسترده اعم از ایرانیان داخل و خارج از کشور، فارسی زبانان آسیای میانه و شبه قاره، مسلمانان جهان و دیگر شهروندان جامعه جهانی مأموریت "مدیریت و هدایت فرهنگ و افکار عمومی جامعه" را بر اساس "اهداف کلان" زیر بر عهده دارد :

- تعمیق و ارتقای "معرفت و ایمان روشن بینانه" ، "اخلاق فاضله" و "رفتار دینی خالصانه" آحاد جامعه و حفظ و اعتلای "فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی" .

- ریشه دار کردن شناخت و باور عمومی به "ارزش های و بنیان های فکری انقلاب و نظام اسلامی" و "ولایت فقیه" - مصونیت بخشیدن به اذهان عمومی جامعه در قبال تأثیرپذیری از موج مخرب "تهاجم فرهنگی و فکری" بیگانه و به ویژه "سکولاریزم"، "گرایش های الحادی و مادی" و فرهنگ "لیبرالیزم غربی"

- افزایش باور عمومی نسبت به "اصالت و پایگاه مردمی" و "کارآمدی" نظام جمهوری اسلامی ایران در داخل و خارج از کشور

- ایجاد "انگیزه ملی"، "همگرایی و همکاری عمومی" در جهت افزایش "اقتدار، وحدت و امنیت ملی"

- ایجاد "امید"، "نشاط"، و "خودباوری ملی" در جهت "نهضت نرم افزاری و تولید علم" و "رشد و توسعه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی" کشور.

- روشنگری همه جانبه در خصوص "استعمار فرانو" و ایجاد "همگرایی و همبستگی عمومی" در میان مسلمانان جهان در راستای حفظ "منافع جهان اسلام" و مقابله با تبلیغات مخرب رسانه های بیگانه در جهت تضعیف چهره اسلام و نظام جمهوری اسلامی در سطح برون مرزی.

اهم "اصول و ارزش های حاکم بر رسانه ملی"

1- حاکمیت ارزش های ایرانی، اسلامی و انقلابی بر تمامی سیاستگذاری ها، برنامه ریزی ها و تولیدات
2- امین نظام و مورد اعتماد مردم و پل ارتباطی مستحکم میان آحاد جامعه و مسئولان نظام و تسهیل کننده رابطه همدلانه و صمیمانه مردم و دولت.

3- توجه به نیاز، مصلحت و میل مخاطب در امر سیاستگذاری و برنامه سازی.

4- رعایت اصول و ارزش های حرفه ای، فنی، هنری و کارشناسی در تولید برنامه ها.

5- رعایت بی طرفی در حوزه رقابت های سیاسی جناح های درون نظام و حاکمیت مصالح نظام و مردم در این حوزه.

6- احترام به فرهنگ اقوام و طوایف مختلف موجود در کشور و پرهیز از هر گونه تعریض قومی، مذهبی و دینی در

راستای حفظ وحدت، یکپارچگی و انسجام ملی.

7- توجه به تمامی آحاد جامعه به عنوان مخاطبان رسانه ملی شامل اقشار، اقوام، جنسیت، طبقات سنی و گروه های تحصیلی مختلف.

8- پاسداری از خط و زبان فارسی و میراث کهن فرهنگ اسلامی - ایرانی و تاریخ کهن ایران زمین.

9- رعایت آزادی بیان و نشر افکار و تضارت آراء با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور.

10- حامی دیانت و معنویت، صلح و نعدوستی، عدالت و برابری و حمایت از مستضعفان و امت اسلامی در عرصه جهانی چشم انداز در افق ده سال آینده.

سیستم ها و روشها :

- 1- به کارگیری فناوری اطلاعات (IT) به نحوه فراگیر و موثر، و طراحی و توسعه سیستم مورد نیاز در سطوح مدیریتی، برنامه ریزی، تحقیقات، و برنامه سازی، و اتحاد روش های کارآمد در جهت ارتقاء و بهبود بهره وری در سازمان.
- 2- ایجاد ظرفیت و توان لازم در برقراری سیستم های پایدار تولید و بخش برنامه های رادیویی و تلویزیونی در شرایط بروز حوادث غیرمترقبه پژوهش.
- 3- برقراری پیوند کارآمد و مستمر میان فعالیت های پژوهشی و نیاز های رسانه در سطوح راهبردی و کاربردی و استفاده موثر از نتایج نیازسنجی ها و ارزیابی های برنامه ای در سیاستگذاری، برنامه ریزی، و طراحی و ساخت محصولات جدید در شبکه های داخلی و برون مرزی

منابع انسانی و آموزش:

- 1- باز مهندسی نظام مشاغل، نظام حقوق و دستمزد، نظام آموزش، نظام ارزشیابی و ترفیعات با تاکید بر ارزشیابی مدیران.
- 2- ارتقای موثر امر آموزش و توسعه کیفی منابع انسانی سازمان و به کارگیری نیروهای با استعداد، خلاق، حرفه ای و روز آمد، علاقه مند، متعهد و وفادار به اصول و ارزشهای نظام اسلامی در مشاغل مختلف، به ویژه مشاغل مدیریتی و مشاغل حساس بخش تولید و برنامه سازی .

توسعه فنی :

- 1- ارتقای کیفی شبکه های صدا و استفاده بهینه از ظرفیتهای رادیو و تولیدات رادیویی .
- 2- اجرای آزمایش شبکه های کابلی در تهران و حداقل پنج شهر پرجمعیت کشور.
- 3- پخش برنامه های شبکه های جام جم و سایر شبکه های برون مرزی از طریق شبکه های کابلی در مناطق اروپا، آمریکا، شمالی و شرق آسیا و اقیانوسیه و بهبود و تکمیل پوشش ماهواره ای شبکه های مزبور.
- 4- راه اندازی ماهواره اختصاصی پخش عمومی جمهوری اسلامی ایران و استفاده از ماهواره های مختلف برای پوشش جهانی برنامه های صدا و سیما در جهت قطع وابستگی به یک سیستم ماهواره ای خاص.
- 5- به کارگیری فناوری های پیشرفته مرتبط با صنعت رادیو و تلویزیون و برقراری سیستم های دیجیتالی تولید، پخش، آرشیو، سیگنال رسانی ماهواره ای و کابلی .
- 6- ایجاد خود اتکایی در امر تامین تجهیزات فنی، توسعه و تکمیل پوشش و سیگنال رسانی و استفاده از حداکثر توانمندی داخلی در تامین و ساخت تجهیزات استودیویی مورد نیاز .

از تحولات نوین فناوری رسانه ای می توان به موارد زیر اشاره کرد :

- 1- تبدیل سیستم آنالوگ به دیجیتال .

- 2- تلویزیونهای دیجیتال پیشرفته .
- 3- سیستمهای تلویزیون کابلی .
- 4- پخش دیجیتالی رادیو.
- 5- مولتی مدیا (چند رسانه ای) .
- 6- اینترنت .
- 7- فناوری رادیو و تلویزیونی در اینترنت .
- 8- تلفنهای موبایل و پخش رادیویی تلویزیونی .
- 9- فرستنده های ارسال و پخش گسترده .
- 10- تلویزیون پخش مستقیم.
- 11- آینده پخش موج کوتاه .
- 12- پخش زمینی امواج رادیویی و تلویزیونی.
- 13- سیستمهای متعامل و فیبر نوری .
- 14- سیستمهای ماهواره ای دو طرفه

نتیجه گیری:

صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران با توجه به مفاد افق رسانه، تغییر و تحولاتی که در جهان شکل گرفته است و همچنین وجود رقبای جدید را درک کرده است ولی به دلیل عدم تغییرات ساختاری هنوز تحول آنچنانی برای حفظ موقعیت و بازار خودش در ایران و جهان را شاهد نیستیم. می توان گفت که در واقع هنوز تغییر استراتژی در این سازمان صورت نگرفته است. با توجه به

" تاثیر فناوری نوین بر مزیت رقابتی خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران" و تطبیق همین موارد با استراتژیهای مذکور در افق رسانه می توان بیان کرد که بیشترین تکنولوژی -در بین 32 استراتژی سازمان صدا و سیما مورد تاکید قرار گرفته است-، تکنولوژی به عنوان کنش که شامل مواردی مانند: تناسب تولیدات با انتظار افکار عمومی - تولید پیام در جهت دهی به افکار عمومی یا خدمت تبلیغات سیاسی و ... است می باشد. پس می توان نتیجه گرفت که صدا و سیما تغییر در این تکنولوژی را بیشتر از 4 تکنولوژی دیگر- تکنولوژی به عنوان سیستم وابسته به تکنیک، تکنولوژی به عنوان دانش، تکنولوژی به عنوان فرایند، تکنولوژی به عنوان شیء واسط با مشتری را مد نظر دارد و توجه به آن را ضروری تر می داند .

منابع :

- 1- کتابچه افق رسانه ملی و سیما ، تهیه شده در معاونت سیمای جمهوری اسلامی ایران
- 2- وردی نژاد، فریدون و بهرامی رشتیانی، شهلا. جامعه شناسی خبر. تهران: انتشارات ثانیه، 1388 .
- 3- وردی نژاد، فریدون ، امیری،مجتبی و بهرامی رشتیانی، شهلا. تأثیر فن آوریهای نوین بر مزیت رقابتی خبرگزاری جمهوری اسلامی. نشریه مدیریت دولتی دوره 1، شماره 3، پاییز و زمستان 1388 .
- 4- طرح جامع نظام آموزشی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. گردش شماره 4، پاییز 1381، ویرایش دوم .
- 5- جزوه درسی ارتباط جمعی خانم دکتر بهرامی.
- 7- مقاله دکتر یونس شکرخواه، برگرفته از پایگاه اطلاع رسانی (ویستا)
- 8- دانشکده مجازی علوم حدیث
- 9- فرشید، محمدنژاد، تکنولوژی اطلاعات و مهندسی مجدد منابع انسانی، مجله تدبیر، شماره 94، ص 41.
- 10- سرمقاله، نقش فناوری در سازمانهای نو، مجله تدبیر، شماره 111، اردیبهشت 80، ص 90.
- 11- ایرج، سلطانی، شاخصهای کارکنان پرورش یافته، مجله تحول اداری، شماره 27 و 28، ص 43.
- 12- یوسف، فرهودی، خطاهای تصمیم گیری مدیران، مجله دانش مدیریت، شماره 50، پاییز 1379، ص 68.
- 13- حسن، گیوریان، تاثیر محدودیتهای سیستمهای نوین اطلاعاتی در سازمان، مجله تدبیر، شماره 114، مرداد 80، ص 43.
- 14- سیدحامد، وارث، ظهور تکنولوژی اطلاعات، مجله تدبیر، شماره 87، آبانماه 77، ص 54.
- 15- ایرج، سلطانی، نقش TPM در توسعه منابع انسانی، مجله مدیریت، شماره 40 و 41، بهمن و اسفندماه 1378، ص 58.
- 16- عارفه، فدوی، مدیر و استاندارد کردن، تنوعگرایی و سادهگرایی، مجله تدبیر، شماره 65، شهریور 75، ص 29.
- 17- سیدحیدر، میرفخرایی، ویژگیهای سازمانهای مجازی، مجله تدبیر، شماره 117، آبانماه 1380، ص 51.

گردآورنده : حسین طالبی