

بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد برنامه‌سازان در شبکه‌های رادیویی معاونت صدا

دکتر مهدخت بروجردی علوی^۱

بابک سهامی^۲

(تاریخ دریافت ۱۳۸۸/۲/۱۴، تاریخ پذیرش ۱۳۸۸/۵/۲۰)

چکیده

از مهم‌ترین وظایف مدیران سازمان، شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد کارکنان و ایجاد زمینه‌های بهبود عملکرد است. هدف این مقاله، بررسی و تبیین عوامل مؤثر بر عملکرد برنامه‌سازان رادیوست. در ابتدا، شاخص‌های مهم در عملکرد برنامه‌سازان، براساس شاخص‌های بین‌المللی حاکم تعریف شده، سپس اهمیت آنها از دید برنامه‌سازان رادیو، شامل تهیه‌کنندگان و سردبیران، سنجیده شده است. عملکرد، براساس نظر اکثر نظریه‌پردازان مدیریت منابع انسانی، تابع مشترک انگیزش و توانایی و ادراک وظیفه است.

روش به‌کاررفته در این تحقیق، پیمایش و ابزار گردآوری اطلاعات؛ پرسش‌نامه‌ی حضوری است و به علت محدودیت جامعه آماری، تهیه‌کنندگان و سردبیران شاغل در معاونت صدای جمهوری اسلامی ایران در آذر ۱۳۸۷ جامعه آماری را تشکیل دادند.

واژگان کلیدی: رادیو، برنامه‌سازان رادیو، عملکرد، انگیزش.

Email: mbalavi@yahoo.com

۱. عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی (استادیار).

۲. کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی از دانشکده صداوسیما

۱. طرح مسئله

تلاش برای بهبود عملکرد نیروی انسانی به گونه‌ای چشمگیر موجب حرکت در جهت اهداف سازمان و افزایش بهره‌وری سازمان می‌شود. رادیو، رسانه‌ای ملی، در عصر اطلاعات و ارتباطات دارای وظیفه‌ای بسیار حساس در عرصه اجتماعی و فرهنگی و سیاسی و اقتصادی است. بنیادین‌سازان رادیو، که ارتباط‌گران رسانه‌اند، مهم‌ترین سهم را در انتخاب و ساخت محتوای پیام رسانه دارند. این تحقیق بر آن است که عوامل مؤثر بر عملکرد برنامه‌سازان را از نظر خود ایشان بررسی کند. میچل^۱، نویسنده و صاحب‌نظر در زمینه مدیریت سازمان‌ها، عملکرد راتباع مشترک تلاش (انگیزی) و توانایی و ادراک وظیفه می‌داند (میچل، ۱۳۷۶: ۲۲۴).

▪ انگیزش

هاکمن و الدوم^۲، مشاغل غنی‌شده مشاغلی‌اند که دارای ویژگی‌هایی چون تنوع، هویت، اهمیت، استقلال، و بازخورد بسیار باشند (میچل، ۱۳۷۶: ۲۲۶). وظایف و اهداف رسانه رادیو و سهم عمده برنامه‌سازان سبب می‌شود که برنامه‌سازی برای رادیو در زمره مشاغل غنی‌شده بدانیم، این مشاغل بیشتر تحت تأثیر عامل انگیزش قرار دارند. در این تحقیق از نظریه انگیزش هرتزبرگ^۳ و نظریه سلسله نیازهای مازلو استفاده شده است.

▪ دانش، مهارت، توانایی، علاقه‌مندی‌ها

درخصوص دانش، توانایی، مهارت‌ها، و علاقه‌مندی‌ها برنامه‌سازان رادیو آنچه مشهود است نبودن سیستم مدیریت عملکرد است به منظور استخدام، آموزش، ارزیابی، ارتقا، عملیاتی‌کردن راهکارها و اهداف سازمانی و ارزیابی عملکرد کارکنان و عملاً شاخص‌های مدون و محکمی از توانایی، دانش، مهارت، و علاقه‌مندی‌های برنامه‌سازان برای استخدام، آموزش، ارزیابی، و ارتقای ایشان در نظر گرفته نشده است.

▪ ادراک نقش

برنامه‌سازان رادیو ارتباط‌گران سازمان رسانه رادیو به‌شمار می‌روند و بایستی به انتخاب و ساخت محتویات پیام طبق اهداف و سیاست‌های سازمان اقدام کنند.

1. Terence R. Mitchell.
2. J.R. Hackman, & G.R. Oldham.
3. F. Herzberg.

در این تحقیق، ادراک نقش برنامه‌سازان رادیو به صورت خاص و به علت اهمیت جایگاه ایشان در سازمان رسانه ارزیابی و سنجش خواهد شد و راهکارهای عملیاتی شدن اهداف سیاست‌ها و اولویت‌های برنامه‌سازی سازمان رسانه ارائه خواهد شد، بدین منظور از نظریه ارتباطی مالتزکه^۱، درخصوص عوامل مؤثر بر ارتباطگر در انتخاب و ساخت محتوای پیام رسانه، استفاده شده است.

۲. هدف تحقیق

هدف تحقیق حاضر شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد برنامه‌سازان رادیو از دیدگاه خود آنان است. در این تحقیق، عوامل مؤثر بر عملکرد بر طبق نظر ترانس میچل، در سه بعد انگیزش، توانایی، ادراک وظیفه، بررسی می‌شود.

۳. مبانی مفهومی

▪ تعریف مفاهیم

عملکرد: عملکرد تابع مشترک توانایی و تلاش (انگیزش) و ادراک نقش است (میچل، ۱۳۷۶:۲۲۴). انگیزش: میل به کوشش فراوان به منظور تأمین هدف‌های سازمان به گونه‌ای که این تلاش در جهت ارضای برخی از نیازهای فردی سوق داده شود (رابینز، ۱۳۷۷:۳۲۶).

عامل بیرونی یا بهداشتی در نظریه هرزبرگ: عواملی که منشأ و خاستگاه آن از محیط خارج است و بر رفتار کارکنان تأثیر می‌گذارد (علی‌آبادی، ۱۳۸۲:۳).

حقوق و دستمزد: منظور، از حقوق و دستمزد، پرداخت مالی در قبال ارائه کار است. (علی‌آبادی، ۱۳۸۲:۴).

خطمشی محیط: منظور، از خطمشی محیط، واضح بودن قوانین و مقررات، مناسب بودن انتظارات، وضعیت تشویق و تنبیه و منطق در محل کار است (علی‌آبادی، ۱۳۸۲:۴).

نحوه سرپرستی و نظارت: منظور، از نحوه سرپرستی و نظارت، دسترسی راحت به مسئولان در صورت لزوم و نحوه نظارت مستقیم و غیرمستقیم و نحوه ارزشیابی و تصمیمات اتخاذ شده از سوی مسئولان است (علی‌آبادی، ۱۳۸۲:۴).

عامل درونی یا ذهنی در نظریه هرزبرگ: عواملی که منشأ و خاستگاه آن درون ذهن کارکنان است و بر رفتار کارکنان تأثیر می‌گذارد (علی‌آبادی، ۱۳۸۲:۵).

شناخت و قدردانی: منظور، از شناخت و قدردانی، تقدیر از کارهای بارز و قدردانی و پاداش معنوی و حمایت و همدلی از سوی مسئولان است (علی‌آبادی، ۱۳۸۲:۵).

1. G. Maltzke.

پیشرفت و توسعه شغلی: منظور، از پیشرفت و توسعه شغلی، امکان داشتن برای ارتقا و پیشرفت، ادامه تحصیل، شرکت در سمینارها و کنفرانس‌ها، افزایش علم، و یادگیری زمینه‌های جدید شغلی است (علی‌آبادی، ۱۳۸۲: ۵).

مفید بودن کار: منظور، از مفید بودن کار، همچون داشتن امکان خدمت به مردم در کار، بالارزش بودن کار و احساس رضایت‌مندی از کار به علت سازنده بودن آن است (علی‌آبادی، ۱۳۸۲: ۵).
مسئولیت شغلی: منظور، از مسئولیت شغلی، آزادی داشتن برای ابراز عقیده و دادن مسئولیت و پذیرش پیشنهادها و نظرات کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها و دادن استقلال شیوه‌ارائه کار است (علی‌آبادی، ۱۳۸۲: ۵).

توانایی

توانایی درک زبان شفاهی: عبارت است از گوش‌دادن و درک اطلاعات و نظرات ارائه‌شده در کلمات و جملات (2008, o.Net).

توانایی ادراک نوشتار: عبارت است از توانایی خواندن و درک اطلاعات و نظرات مکتوب (2008, o.Net).

توانایی شفافیت در بیان و گفتار: عبارت است از توانایی تبادل اطلاعات و نظرات در گفت‌وگو، به گونه‌ای که برای سایرین درک‌پذیر باشد (2008, o.Net).

توانایی بیان نوشتاری: عبارت است از توانایی تبادل اطلاعات و نظرات در نوشته به گونه‌ای که برای سایرین فهم‌پذیر باشد (2008, o.Net).

توانایی ابتکار: عبارت است از توانایی ارائه نظرات نامعمول یا هوشمندانه‌ای که در مورد یک موضوع یا شرایط داده شده یا گسترش راه‌های خلاقانه برای حل مسئله (2008, o.Net).

توانایی استدلال‌های قیاسی و ساتقرایی: عبارت است از توانایی ترکیب اطلاعات برای ایجاد قوانین یا نتیجه‌گیری‌های کلی، شامل یافتن رابطه‌ای میان وقایع ظاهراً نامربوط، و توانایی به‌کارگیری قوانین کلی برای مشکلات خاص به منظور ارائه پاسخ‌های منطقی (2008, o.Net).

توانایی روشنی و سلالت اندیشه‌ها و افکار: عبارت است از توانایی ارائه شماری از نظرات در مورد یک موضوع (2008, o.Net).

توانایی مرتب‌سازی و چینش و انتخاب اطلاعات و اخبار: عبارت است از توانایی تنظیم اشیا یا رفتارها براساس یک الگو یا نمونه‌ای مشخص و مطابق قانونی خاص یا مجموعه‌ای از قوانین، مانند الگوی اعداد، حروف الفبا، کلمات، تصاویر، عملیات ریاضی (2008, o.Net).

توانایی تجسم: عبارت است از توانایی تجسم یک شیء پس از حرکت‌دادن آن یا زمانی که اجزای آن به حرکت درمی‌آیند و دوباره چیده می‌شوند (2008, o.Net).

دانش

دانش ادبیات: منظور، از دانش ادبیات در این تحقیق، آشنایی با دستورزبان و نگارش و آثار نظم و نثر فارسی و آشنایی با متون نفیس ادبیات جهان است.

دانش ارتباطات: منظور، از دانش ارتباطات در این تحقیق، شناخت رسانه رادیو ویژگی‌های آن است.

دانش مدیریت: منظور، از دانش مدیریت در این تحقیق، شناخت وظایف و مسئولیت‌ها و ابزارهای مدیریت و مدیریت منابع انسانی و مالی است.

دانش مخاطب‌شناسی: منظور، از دانش مخاطب‌شناسی در این تحقیق، شناخت علاقه‌مندی‌ها و نیازها و خواسته‌های جامعه مخاطبان رسانه رادیوست.

دانش مخابرات: منظور، از دانش مخابرات در این تحقیق، آشنایی با سیستم‌های انتقال و تبدیل و ارسال صداست.

دانش تولید و پردازش برنامه‌های رادیویی: منظور، از دانش تولید و پردازش برنامه‌های رادیویی، شناخت اصول برنامه‌سازی رادیویی و فنون و ابعاد نظری برنامه‌سازی است.

دانش هنر: منظور، از دانش هنر در این تحقیق، درک ابعاد هنری برنامه‌سازی است.

دانش فناوری اطلاعات: منظور، از دانش فناوری اطلاعات در این تحقیق، آشنایی با اینترنت و نرم‌افزارهای کاربردی در حوزه رسانه و رسانه‌های دیجیتال است.

دانش زبان انگلیسی: منظور، از دانش زبان انگلیسی، توانایی فهم و گفتار و نوشتار به زبان انگلیسی است.

دانش موسیقی: منظور، از دانش موسیقی در این تحقیق، آشنایی با آثار موسیقی مهم در این و جهان و کارکردهای موسیقی در رادیوست.

اطلاعات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روز: منظور آگاهی و توانایی نقد و تحلیل اطلاعات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روز است.

مهارت

مهارت شنوایی فعال: عبارت است از مهارت تمرکز کامل بر آنچه دیگران می‌گویند و صرف زمان برای فهم آنچه گفته می‌شود و پرسش مناسب و مختلف‌نکردن سخن گوینده (2008, o.Net).

مهارت مدیریت زمان: عبارت است از مهارت مدیریت بر زمان خود و دیگران (2008, o.Net).

مهارت ادراک خواندن یا مطالعه: عبارت است از مهارت فهمیدن جمله‌ها و پاراگراف‌ها در نوشتار ویژه کاری (2008, o.Net).

مهارت در نویسندگی: عبارت است از مهارت برقراری ارتباط نوشتاری مؤثر با توجه به نیازهای مخاطبان (2008, o.Net).

مهارت صحبت کردن: عبارت است از مهارت گفت‌وگو با دیگران به‌طوری‌که منظور خود را به شیوه‌ای مؤثر برساند (2008, o.Net).

مهارت تصمیم‌گیری و داوری در موضوعات: عبارت است از مهارت بررسی سود و زیان‌های احتمالی کاری که قرار است انجام شود، به منظور انتخاب بهترین راه (2008, o.Net).

مهارت تفکر انتقادی: عبارت است از مهارت به کارگیری منطق و استدلال در شناسایی نقاط ضعف و قوت راه‌ها و نتایج و رویکردهای گوناگون یک مسئله (2008, o.Net).

مهارت نظارت: عبارت است از مهارت نظارت و بررسی عملکرد فردی خود و دیگران به منظور پیشرفت و رفع نواقص (2008, o.Net).

مهارت هوش و احساس جمعی: عبارت است از مهارت آگاهی از عملکرد افراد و اینکه چرا اینگونه رفتار می‌کنند (2008, o.Net).

مهارت فراگیری فعال: عبارت است از مهارت درک مفاهیم اطلاعات جدید دریافتی در ذهن، برای حل مسائل و تصمیم‌گیری در حال و آینده (2008, o.Net).

مهارت مدیریت منابع انسانی: عبارت است از مهارت انگیزه‌بخشی و هدایت و ارتقای افراد در هنگام کار و شناسایی بهترین افراد برای انتخاب کاری خاص (2008, o.Net).

مهارت ترغیب و متقاعدسازی دیگران برای انجام کارها: عبارت است از مهارت ترغیب یا تشویق دیگران به تغییر رفتار یا افکارشان (2008, o.Net).

مهارت‌های ریاضی: عبارت است از مهارت استفاده از دانش ریاضیات در حل مسائل (2008, o.Net).

مهارت فضا سازی و خلق موقعیت در برنامه رادیویی: عبارت است از مهارت فضا سازی و خلق موقعیت در برنامه رادیویی از طریق تلفیق و گفتار و موسیقی و افکت.

مهارت تسلط بر دستگاه‌های فنی ضبط و میکس (ترکیب) آنالوگ و دیجیتال: عبارت است از مهارت تسلط و کار با دستگاه‌های فنی ضبط و میکس (ترکیب) آنالوگ و دیجیتال به منظور تولید برنامه‌های رادیویی.

علاقه‌مندی‌ها

انجام کارهای مهم و تأثیرگذار حرفه‌ای: منظور کارهایی است که دارای تأثیر و بازخورد گسترده و دانش ایده‌های بزرگ و ریسک‌اند (2008, o.Net).

انجام کارهای هنرمندانه و لطیف: منظور کارهای دارای روح هنری و لطیف و دارای ظرافت است (2008, o.Net).

انجام وظیفه در شغلی مفهومی و نظری: منظور کارهایی است که در حین آن فرد با مفاهیم و اطلاعات سروکار دارد (2008, o.Net).

اجتماعی بودن و علاقه به کار در گروه: منظور کارهایی است که یک گروه انجام می‌دهند و همکاری گروهی موجب به‌ثمر رسیدن کار می‌شود (Net, 2008).

ادراک نقش (وظیفه)

ادراک نقش (وظیفه): ادراک نقش در این تحقیق عبارت است از شناخت برنامه‌ساز از وظایف و فعالیت‌های محول شده سازمانی به گونه‌ای که با این شناخت فعالیت‌های وی در راستای اهداف سازمانی باشد.

محیط اجتماعی: در این تحقیق، منظور از الگوها هنجارها و ارزش‌های حاکم بر جامعه است. گروه برنامه‌سازی: عبارت است از گروهی که تحت مدیریت تهیه‌کننده اقدام به برنامه‌سازی می‌کنند. سازمان رسانه: منظور، از سازمان رسانه در این تحقیق، اهداف و سیاست‌ها ارزش‌ها و باید و نبایدهای موضوعات ارائه شده از جانب سازمان رسانه با اولویت برنامه‌سازی است. افکار و درونیات برنامه‌ساز: در این تحقیق، منظور افکار و عقاید و ارزش‌ها و سلیقه‌های شخصی برنامه‌ساز است.

ویژگی‌های رسانه رادیو: منشور ویژگی‌های عمومی رسانه رادیو شامل اغنا و نفوذ فراوان، صمیمیت، سرعت انتقال، وسعت انتشار، بهره‌گیری از قدرت تخیل مخاطب و نظیر آن است.

برنامه‌سازی رادیویی

برنامه‌سازان رادیو: منظور، از برنامه‌سازان رادیو در این تحقیق، تهیه‌کنندگان و سردبیران برنامه‌های رادیوست، زیرا اصلی‌ترین مسئولیت را در ساخت برنامه رادیویی برعهده دارند. تهیه‌کننده رادیو: تهیه‌کننده رادیو فردی است که، با شناخت از رسانه و جامعه مخاطب و بهره‌برداری مناسب از امکانات و منابع، تدارک و ساخت انواع برنامه‌های رادیویی را عهده‌دار است (معاونت اداری مالی سازمان صداوسیما، ۱۳۷۰: ۲۸).

سردبیر برنامه رادیویی: در این تحقیق عبارت است از فردی که، با شناخت از رسانه رادیو و جامعه مخاطب، تأمین و مدیریت محتوایی برنامه‌های رادیویی و همکاری با تهیه‌کننده را برای ساخت برنامه عهده‌دار است.

■ تهیه‌کننده و سردبیر برنامه رادیویی

تهیه‌کننده رادیو، مسئول انتخاب موسیقی، ضبط، ادیت (ویرایش) و نیز مسئول حقوق برنامه رادیویی است. درحالی‌که، سردبیر با شناخت رسانه رادیو و جامعه مخاطب، تأمین و مدیریت محتوایی برنامه رادیویی را به عهده دارد.

سمت سردبیر در برنامه‌سازی رادیویی، پس از انقلاب اسلامی، به منظور نظارت محتوایی بیشتر بر برنامه‌ها، به کار گرفته شد. شرح وظایف و مسئولیت تهیه‌کننده و سردبیر در برنامه‌های رادیویی مکمل و آمیخته با یکدیگرند. در برخی برنامه‌ها، وظایف تهیه‌کننده و سردبیر را یک نفر انجام می‌دهد و هرچه برنامه دارای بار محتوایی بیشتری باشد، وظیفه سردبیر بیشتر خواهد. آسبایی که در این شرایط پدید می‌آید فاصله گرفتن تهیه‌کنندگان از مدیریت محتوایی برنامه و فاصله گرفتن سردبیران از مباحث فنی و ضبط برنامه است. در چند سال اخیر، مدیران ارشد توانایی تحقیقاتی را به منظور امکان و چگونگی ادغام شغل تهیه‌کننده و سردبیر شروع کرده‌اند. در این تحقیق، دیدگاه برنامه‌سازان در این باره بررسی شده است.

■ مدیریت عملکرد

مدیریت عملکرد از مهم‌ترین پیشرفت‌های اخیر در مدیریت منابع انسانی است؛ این اصطلاح را نخستین بار «بی» و «رو»^۱ در ۱۹۷۶ مطرح کردند. مدیریت عملکرد فرایندی استراتژیک و یک‌پارچه است که از طریق بهبود عملکرد و توسعه قابلیت‌های افراد و گروه‌های کاری موجب موفقیت پایدار سازمان می‌شود (آرمسترانگ، ۱۳۸۵: ۱۱).

■ توانایی، مهارت، دانش، علاقه‌مندی‌های برنامه‌سازان

در این تحقیق، استانداردهای بین‌المللی مطرح‌شده سازمان ملی استاندارد مشاغل آمریکا^۲ برای احراز شغل تولیدکننده رسانه در زمینه دانش، توانایی، مهارت، علاقه‌مندی‌ها استخراج شده و دیدگاه برنامه‌سازان رادیو در خصوص اهمیت شاخص‌ها سنجیده شده است.

۴. چارچوب نظری

■ تئوری دو عاملی هرزبرگ در خصوص انگیزش

از تئوری‌های انگیزش شغلی، تئوری دو عاملی هرزبرگ است. به نظر او انگیزش تحت تأثیر عوامل محرک انگیزش^۳ (عوامل درونی یا ذهنی فرد) و عوامل بهداشتی^۴ (عوامل خارجی یا بیرونی) است. عوامل محرک انگیزش - ذهنی و درونی از اجرای کار ناشی می‌شوند و موجب رضایتمندی فرد می‌شوند؛ همانند موفقیت، پیشرفت و قدردانی و ماهیت کار، درحالی که برای تأمین و حفظ سلامت

1. Bee and RUh.

۲. Onet سازمان تحقیقاتی آمریکایی است که در زمینه نظام مشاغل آمریکا فعالیت می‌کند و یافته‌های آن منبعی در جهان به‌شمار می‌رود و مدیران منابع انسانی از آن استفاده می‌کنند. سایت رسمی آن (<http://online.onetcenter.org>) است. در این تحقیق، شاخص‌های شغل Producer به کار گرفته شده است.

3. Motivation Factors.

4. Hygiene Factors.

سازمان، شناسایی عوامل بهداشتی یا خارجی، که عمدتاً با محیط و زمینه شغل ارتباط دارند و کارکنان را در سازمان ابقا می‌کنند، هم لازم است. این عوامل شامل خط و مشی ومقررات و شرایط محیط کار و حقوق و دستمزد و روابط شخصی با هم‌ردیفان و امنیت شغلی است. عوامل بهداشتی موجب تبدیل نارضایتی به عدم‌نارضایتی و حفظ سلامت سازمان می‌شود و عوامل ذهنی یا درونی سبب تبدیل عدم نارضایتی به رضایت و انگیزش می‌شود (میچل، ۱۳۷۶).

■ نظریهٔ سلسله‌نیازهای مازلو

بر طبق فرمول آبراهام مازلو^۱، نیازهای انسان دارای نوعی غلبه ذاتی برخی نیازهای بر برخی دیگرند. نیازهایی که در مرحلهٔ اول وجود داشتند و بایستی در ابتدا ارضا شوند تا نیازهای جدید متولد شوند. نیازها به ترتیب اهمیتی که دارند بدین قرارند:

۱. نیازهای فیزیولوژیک ۲. نیازهای ایمنی ۳. نیازهای مربوط به تعلق ۴. نیاز به احترام و ارج‌گزاری مثبت از جانب همسالان و وابستگان ۵. خودشکوفایی (میچل، ۱۳۷۶).

■ نظریهٔ ارتباط جمعی در مدل مالتزکه

مالتزکه، اندیشمند آلمانی ارتباط جمعی، مدلی را طرحی کرد که در ۱۹۸۶، توسط دنیس مک کوئیل آن را به زبان انگلیسی در لندن ترجمه و منتشر کرده در این مدل، عوامل مؤثر بر ارتباط‌گر در ساخت محتوای پیام تفسیر می‌شوند. محسنیان راد به نقل قول از دنیل مک کوئیل به شرح این مدل می‌پردازد:

• فشار و موانع از سوی پیام

ارتباط‌گر محدود است به تطبیق شکل پیام با نوع محتوان آن (محسنیان راد، ۱۳۶۹).

• فشار و موانع از سوی وسیله

هر وسیلهٔ ارتباط جمعی، برای ارتباط‌گر خط‌مشی‌ای را پیشنهاد می‌کند که به صورت ترکیبی از محدودیت‌های ویژه و امکانات ویژهٔ آن وسیله متجلی می‌شود (محسنیان راد، ۱۳۶۹).

• خودتصویری ارتباط‌گر

این عامل فقط منسوب به شیوه‌ای که ارتباط‌گر به نقش خود، چون یک فرد عادی، نگاه می‌کند نیست، بلکه ادراک و از آنچه خود را ارتباط‌گر می‌نامد نیز مطرح است. (محسنیان راد، ۱۳۶۹).

• ساخت شخصیتی ارتباط‌گر

مالتزکه شخصیت ارتباط‌گر را روی رفتار او مؤثر می‌داند. البته، هم‌زمان ذکر می‌کند که احتمالاً ممکن است سایر متغیرهای وابسته از اهمیت نقش شخصیت بکاهد (محسنیان راد، ۱۳۶۹).

1. A. H. Maslow.

• ارتباط‌گر در شرایط کار گروهی

ارتباط‌گران وسایل ارتباط‌جمعی خود، به‌تنهایی، کار می‌کنند، اما این امر به همکاران و کارشناسان اطراف آنان بستگی دارد (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹).

• ارتباط‌گر در سازمان خویش

سازمان‌های ارتباط‌جمعی براساس اندازه، اهداف، نوع مالکیت، و سیاست‌هایی که دارند تقسیم‌بندی می‌شوند. برای ارتباط‌گر همه این عوامل به صورت عواملی منطبق با یکدیگر مطرح‌اند (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹).

• محیط اجتماعی ارتباط‌گر

سهم نقش محیط اجتماعی ارتباط‌گر تقریباً به همان گونه است که در مورد تأثیر آن بر گیرنده به هنگام بحث درباره دو متغیر مصلحت و انتخاب در زمینه محتوای وسایل ارتباط‌جمعی ذکر شد (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹).

۵. روش تحقیق

در این تحقیق به منظور شناخت دیدگاه‌ها و نظرهای برنامه‌سازان رادیو از روش «پیمایشی»^۱ استفاده شده است.

۶. جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق را همه برنامه‌سازان رادیو، شامل تهیه‌کنندگان و سردبیران برنامه‌های رادیویی در شبکه‌های رادیویی معاونت صدا در ۱۳۸۷ تشکیل می‌دهند. تعداد کل جامعه آماری مد نظر ۳۲۵ نفر بوده‌اند که پژوهشگر دیدگاه‌های ۲۸۵ نفر را جمع‌آوری کرد و ۴۰ نفر هم حاضر به پاسخ‌گویی نشدند. در این تحقیق برای رسیدن به حداکثر دقت و اعتماد در نتایج و باتوجه به محدودبودن جامعه آماری کل شماری انجام شده است.

۷. اعتبار و پایانی اندازه‌گیری‌ها

▪ اعتبار^۲

در این پژوهش، سنجه‌ها مطابق بانظریه‌های مطرح کنونی در رابطه با موضوع و هدف تحقیق طراحی و تهیه شده است، بنابراین دارای اعتبار سازه^۳ است. سپس، سنجه‌ها به استادان مدیریت و ارتباطات عرضه و، پس از برخی اصلاحات، تأیید ایشان درخصوص اعتبار سنجه‌ها حاصل شد.

1. Survey.
2. Validity.
3. Consruct Validity.

▪ پایانی^۱

باری ارتقای پایانی اندازه‌گیری در این تحقیق، علاوه بر روش‌های مرسوم، مانند دقت در استفاده از واژه‌های پرسش‌نامه و مفهوم‌بودن جملات و گویه‌ها، استفاده از روش‌های حرفه‌ای پرسشگری و استفاده از پرسش‌های آزمون‌شده (در مورد سؤالات انگیزش از پایانی سنجی با استفاده از چند سؤال همسان و استفاده از آزمون الفای کرونباخ برای سنجیدن پایانی نیز استفاده شده است. نتایج سنجش پایانی با استفاده از آزمون الفای کرونباخ بدین شرح است:

- گزینه «ارتباطات» و گزینه «شناخت رسانه» و «شناخت رادیو» و ویژگی‌های کارکردهای آن در سؤال شماره ۱ پرسش‌نام (سؤال در خصوص دانش لازم برنامه‌سازان رادیو):

مقدار الفای کرونباخ ۰,۳۹۰ درصد است. بنابراین، سنجۀ موردنظر با اطمینان بسیار دارای پایانی است.

- گزینه «حقوق و دستمزد دریافتی در قبال برنامه‌سازی» و گزینه «نرخ برنامه‌سازی» در سؤال شماره ۹ پرسش‌نامه (سؤال در خصوص میزان انگیزش عوامل بهداشتی)

مقدار الفای کرونباخ ۰,۹۵۹ درصد است. بنابراین، سنجۀ مورد نظر با اطمینان بسیار دارای پایانی است.

- گزینه «امنیت شغلی» و گزینه «وجود بیمه، بازنشستگی، و ضمانت شغلی» در سؤال شماره ۹ پرسش‌نامه (سؤال در خصوص میزان انگیزش عوامل بهداشتی)

مقدار الفای کرونباخ ۰,۹۷۴ درصد است. بنابراین، سنجۀ مورد نظر با اطمینان بسیار دارای پایانی است.

- سؤال شماره ۱۱ (تعیین اهمیت عوامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام با استفاده از طیف لیکرت) و سؤال شماره ۱۲ (تعیین اهمیت عوامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام با استفاده از روش امتیازدهی از ۱ - ۱۰)

در جدول زیر عوامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام براساس مقیاس لیکرت آمده است.

1. Reliability.

جدول شماره ۱. پاسخ برنامه‌سازان در خصوص عوامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام بر اساس مقیاس لیکرت

ردۀ اهمیت	عوامل مؤثر در انتخاب محتوای برنامه	میانگین
۱	محیط اجتماعی	۳,۹۶
۲	افکار و اندیشه‌ها و درونیان برنامه‌ساز	۳,۹۱
۳	سازمان رسانه (اولویت‌های برنامه‌سازی)	۳,۸۸
۴	ویژگی‌های عمومی رسانه رادیو	۳,۷۹
۵	گروه برنامه‌ساز (گروه برنامه‌سازی)	۳,۶۴

در جدول زیر عوامل مؤثر در انتخاب ساخت محتوای پیام که براساس روش امتیاز آمده است:

جدول شماره ۲. پاسخ برنامه‌سازان در خصوص عوامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام بر اساس امتیازدهی

ردۀ اهمیت	عوامل مؤثر در انتخاب محتوای برنامه	میانگین
۱	محیط اجتماعی	۷,۹۶
۲	افکار و اندیشه‌ها و درونیان برنامه‌ساز	۷,۷۴
۳	سازمان رسانه (اولویت‌های برنامه‌سازی)	۷,۰۲
۴	گروه برنامه‌ساز (گروه برنامه‌سازی)	۶,۹۷
۵	ویژگی‌های عمومی رسانه رادیو	۶,۴۳

چنان که ملاحظه می‌شود، همسانی در ترتیب اهمیت عوامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام بسیار است. بنابراین، نتیجه موردنظر بااطمنان بسیار دارای پایانی است.

۸. ابزار اندازه‌گیری و نحوه ساختن آن

ابزار گردآوری اطلاعات، در روش پیمایش، پرسش‌نامه است. اکثر پرسش‌ها بسته است و از طیف لیکرت استفاده شده است. چند سؤال نیمه‌باز و باز نیز مطرح می‌شود.

۹. روش گردآوری اطلاعات

اطلاعات تحقیق حاضر را، به شیوه پرسش‌نامه حضوری، پژوهشگر این تحقیق گردآوری کرده است.

۱۰. روش تحلیل داده‌ها

در این تحقیق به منظور تحلیل داده‌ها از پارامترهای مناسب آمار توصیفی استفاده شده است.

۱۱. نتایج

■ سیمای پاسخ‌گویان

- جنسیت پاسخ‌گویان

جدول شماره ۳. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌گویان برحسب جنس

جنسیت پاسخگو	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۶۷	۵۸,۶
زن	۱۱۸	۴۱,۴
جمع	۲۸۵	۱۰۰,۰

در جامعه آماری تحت بررسی این تحقیق، ۱۶۷ نفر (۵۸,۶ درصد) مرد و ۱۱۸ نفر (۴۱,۴ درصد) زن بوده‌اند.

- سن پاسخ‌گویان

جدول شماره ۴. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌گویان برحسب سن

سن پاسخ‌گو	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
۲۵-۳۰	۳۲	۱۱,۲	۱۱,۲
۳۵-۳۶	۱۲۱	۴۲,۵	۵۳,۷
۳۶-۴۵	۱۰۱	۳۵,۴	۸۹,۱
۴۶-۵۵	۲۶	۹,۱	۹۸,۲
۵۶-۶۵	۵	۱,۸	۱۰۰,۰
مجموع	۲۸۵	۱۰۰,۰	

در جامعه آماری تحت بررسی این تحقیق، ۱۲۱ نفر (۴۲,۵ درصد) ۳۶-۳۵ و ۱۰۱ نفر (۳۵,۴ درصد) ۳۶-۴۵ سن داشته‌اند. کمترین سن مربوط به افراد ۵۶-۶۵ (۱,۸ درصد) بوده است.

- تحصیلات پاسخ‌گویان

جدول شماره ۵. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌گویان برحسب تحصیلات

تحصیلات پاسخ‌گو	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
دیپلم	۳۲	۱۱,۲	۱۱,۲
کاردانی	۱۷	۶,۰	۱۷,۲
کارشناسی	۱۷۸	۶۲,۵	۷۹,۶
کارشناسی ارشد	۴۸	۱۶,۸	۹۶,۵
دکتر	۱	۰,۴	۹۶,۸
خوزوی	۹	۳,۲	۱۰۰,۰
مجموع	۲۸۵	۱۰۰,۰	

در جامعه آماری تحت بررسی این تحقیق ۱۷۸ نفر (۶۲,۵ درصد) کارشناس و ۴۸ نفر (۱۶,۸ درصد) دارای کارشناسی ارشد بیشترین فراوانی را داشته‌اند. با تحصیلات دیپلم ۳۲ نفر (۱۱,۲ درصد) در رتبه بعدی قرار دارند و کمترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات دکتر با تعداد ۱ نفر (۰,۴ درصد) است.

- نوع فعالیت پاسخ‌گویان

جدول شماره ۶. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌گویان برحسب نوع فعالیت

فعالیت در تهیه‌کنندگی یا سردبیری	فراوانی	درصد فراوانی
سردبیر	۹۴	۳۳,۰
تهیه‌کننده	۱۹۱	۶۷,۰
مجموع	۲۸۵	۱۰۰,۰

در جامعه آماری تحت بررسی این تحقیق ۱۹۱ نفر (۶۷ درصد) بیشتر به فعالیت تهیه‌کنندگی و ۹۴ نفر (۳۳ درصد) بیشتر به فعالیت سردبیری اشتغال داشتند. مبین آن است که حدود نصف برنامه‌های رادیو دارای سردبیر نیست و تهیه‌کننده آن را مدیریت می‌کند، یا اینکه سردبیر و تهیه‌کننده آن یک نفر است.

- نوع استخدام پاسخ‌گویان

جدول شماره ۷. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌گویان برحسب نوع استخدام

نوع استخدام پاسخ‌گویان	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی فراوانی
رسمی	۹۷	۳۴,۰	۳۴,۰
پیمانی	۳۹	۱۳,۷	۴۷,۷
برنامه‌ای و حق‌الزحمه‌ای	۱۴۹	۵۲,۳	۱۰۰,۰
مجموع	۲۸۵	۱۰۰,۰	

در جامعه آماری تحت بررسی این تحقیق ۱۴۹ نفر (۵۲,۳ درصد) برنامه‌ای و حق الزحمه‌ای و ۹۷ نفر (۳۴ درصد) رسمی بوده‌اند. چنان که ملاحظه می‌شود، اکثریت مطلق مربوط به کارکنان برنامه‌ای و حق الزحمه‌ای است.

– سابقه کار پاسخ‌گویان

جدول شماره ۸. توزیع درصد فراوانی پاسخ‌گویان برحسب سابقه کار

میزان سابقه کار پاسخ‌گو	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی فراوانی
کمتر از ۵ سال	۴۵	۱۵,۸	۱۵,۸
۵ – ۱۰ سال	۸۵	۳۹,۸	۴۵,۶
۱۱ – ۱۵ سال	۱۰۰	۳۵,۱	۸۰,۷
۱۶ – ۲۰ سال	۴۰	۱۴,۰	۹۴,۷
۲۱ – ۲۵ سال	۴	۱,۴	۹۶,۱
۲۶ – ۳۰ سال	۱۱	۳,۹	۱۰۰,۰
مجموع	۲۸۵	۱۰۰,۰	

در جامعه آماری تحت بررسی این تحقیق ۱۰۰ نفر (۳۵,۱ درصد) با ۱۱–۱۵ سال سابقه کار و ۸۵ نفر (۲۹,۸ درصد) با ۵–۱۰ سال سابقه بیشتری فراوانی را داشته‌اند و کمترین فراوانی مربوط به سابقه کار ۲۱–۲۵ سال با فراوانی ۴ نفر و فراوانی ۱,۴ درصد است. جوان بودن برنامه‌سازان با استفاده از درصد تجمعی ملموس‌تر است، چنانکه ۴۵,۶ درصد از برنامه‌سازان زیر ۱۰ سال سابقه دارند و ۸۰,۷ درصد برنامه‌سازان زیر ۱۵ سال سابقه دارند.

انگیزش

۱. از نظر پاسخ‌گویان عوامل خارجی یا بهداشتی در ایجاد انگیزش برای برنامه‌سازان رادیو بین زیاد و خیلی زیاد (میانگین ۴,۳۲) مؤثرند.

جدول شماره ۹. میانگین‌های عوامل بهداشتی انگیزش

نوع عوامل	عوامل انگیزش	میانگین عوامل
عوامل بهداشتی انگیزش	انگیزش خطامشی محیس	۴,۶۰
	انگیزش امنیت شغلی	۴,۵۹
	انگیزش حقوق و دستمزد دریافتی در قبال برنامه‌سازی	۴,۵۰
	انگیزش ارتباطات در محیط کار	۴,۱۶
	انگیزش شرایط فیزیکی محیط کار	۴,۰۵
	انگیزش سرپرستی و نظارت	۴,۰۰
میانگین		۴,۳۲

۲. از نظر پاسخ‌گویان عوامل ذهنی یا درونی در ایجاد انگیزش برای برنامه‌سازان رادیو بین زیاد و خیلی زیاد (میانگین ۴,۲۸) مؤثرند.

جدول شماره ۱۰. میانگین‌های عوامل درونی یا ذهنی انگیزش

نوع عوامل	عوامل درونی یا ذهنی انگیزش	میانگین عوامل
عوامل درونی یا ذهنی انگیزش	انگیزش شناخت و قدردانی	۴,۴۶
	انگیزش پیشرفت و توسعه شغلی	۴,۴۳
	انگیزش مفیدبودن کار	۴,۲۷
	انگیزش مسئولیت شغلی	۳,۹۷
میانگین		۴,۲۸

۳. در انگیزش برنامه‌سازان رادیو اهمیت عوامل بهداشتی یا خارجی تقریباً با عوامل ذهنی یا داخلی انگیزش است. هر چند میانگین عوامل بهداشتی دارای فزونی (۰۴ درصد) نسبت به عوامل درونی یا ذهنی است، اما این مقدار بسیار جزئی است.

۴. با جایگزین کردن گویه‌های عوامل انگیزش در سلسله نیازهای مازلو مشاهده می‌کنیم که نیازهی فیزیولوژیک در صدر نیازها قرار دارند (امتیاز ۴,۵۰) که مطابق با سلسله‌نیازهای مازلوست. سپس، نیاز به احترام و ارج‌گزاری مثبت با جانب همسالان و وابستگی قرار دارد (امتیاز ۴,۴۵) که برخلاف سلسله نیازهای مازلوست، پاسخ‌گویان این نیاز را به نیاز به ایمنی ترجیح داده‌اند. در رتبه سوم نیازهای مربوط به تعلق در رتبه سوم قرار دارد که در سلسله نیازهای مازلو نیز در رتبه سوم است.

در رتبه چهارم، نیاز مربوط به ایمنی قرار دارد (امتیاز ۲,۱/۴) که برخلاف سلسله نیازهای مازلوست، چنان که در اولویت دوم مشاهده شد، پاسخ‌گویان نیاز به احترام را، که در سلسله مراتب نیازهای مازلو در رتبه چهارم است، ارجحیت داده و آن را در رتبه دوم دانسته‌اند و نیازهای مربوط به ایمنی را، که در رده دوم سلسله نیازهای مازلوست، در رده چهارم دانسته‌اند.

نیاز به خوشکوفایی در رتبه آخر قرار دارد (امتیاز ۴,۱۲) که مطابق با سلسله نیازهای مازلوست، بنابراین، می‌توان چنین برداشت کرد که، به جز مورد نیاز به احترام که از نظر پاسخ‌گویان دارای رتبه دوم است و اما سلسله نیازهای مازلو آن را در رتبه چهارم قرار داده، مابقی نتایج بر تطبیق نظر پاسخ‌گویان با سلسله نیازهای مازلو حکایت می‌کند و به غیر از این استثنا نیازهای پست در اولویت قرار دارد.

جدول شماره ۱۱. تطبیق عوامل انگیزش با سلسله نیازهای مازلو

رتبه در سلسله نیازهای مازلو	سلسله نیازهای مازلو	فاکتورهای همسان انگیزش	میانگین عوامل
۱	نیازهای فیزیولوژیک - ارضای سائقه‌های تشنگی و گرسنگی و جنسی	انگیزش حقوق و دستمزد دریافتی در قبال برنامه‌سازی	۴,۵۰
۲	نیازهای ایمنی - رهایی از ترس آسیب‌های برونی، تغییرات شدید آب و هوا و یا عمل جنایی	انگیزش امنیت شغلی، انگیزش شرایط فیزیکی محیط کار، انگیزش سرپرستی و نظارت	۴,۲۱
۳	نیازهای مربوط به تعلق - میل داشتن روابط عاطفی - مراقبتی و دریافت‌محبت و حمایت شخصی از ناحیه دیگران	انگیزش ارتباطات در محیط کار، انگیزش پیشرفت و توسعه شغلی	۴,۳۸
۴	نیاز به احترام و ارج‌گزاری مثبت از جانب همسالان و وابستگان کسب پایگاه و شناخت از عوامل اصلی محسوب می‌شوند.	انگیزش شناخت و قدردانی، انگیزش پیشرفت و توسعه شغلی	۴,۴۵
۵	خودشکوفایی - فرصت برای ارضای توان فرد تا حد نزدیک‌شدن به خود طبیعی	انگیزش مفیدبودن کار، انگیزش مسئولیت شغلی	۴,۱۲

توانایی

از نظر برنامه‌سازان رادیو، مهم‌ترین شاخص‌های توانایی یک برنامه‌ساز به ترتیب اهمیت شامل موارد زیر است:

جدول شماره ۱۲. شاخص‌های توانایی برنامه‌سازان به ترتیب اهمیت (از نظر برنامه‌سازان)

درجه اهمیت	توانایی	میانگین
۱	ابتکار	۴,۶۶
۲	توانایی مرتب‌سازی و چینش و انتخاب اطلاعات و اخبار	۴,۲۶
۳	قدرت تجسم	۴,۱۷
۴	قدرت ادراک نوشتار	۴,۰۹
۵	میزان حساسیت یا گیرایی در تشخیص مشکل	۴,۰۶
۶	شفافیت در بیان و گفتار	۳,۹۶
۷	بیان نوشتاری	۳,۹۵
۸	درک زبان شفاهی	۳,۸۵
۹	روشنی و سلاست اندیشه‌ها و افکار	۳,۸۲
۱۰	توانایی استدلال‌های قیاسی و استقرایی	۳,۶۵

▪ دانش

۱. از نظر برنامه‌سازان رادیو، مهم‌ترین دانش‌های که یک برنامه‌ساز رادیو، برای موفقیت حرفه‌ای، باید داشته باشد، به ترتیب اهمیت، شامل موارد زیر است:

جدول شماره ۱۳. شاخص‌های دانش برنامه‌سازان به ترتیب اهمیت (از نظر برنامه‌سازان)

درجه اهمیت	توانایی	میانگین
۱	تولید و پردازش برنامه‌های رادیویی	۴,۷۲
۲	موسیقی	۴,۵۷
۳	هنر	۴,۴۳
۴	ارتباطات	۴,۲۶
۵	ادبیات فارسی	۴,۲۲
۶	مخاطب‌شناسی	۴,۲۲
۷	اطلاعات عمومی	۴,۱۶
۸	فناوری اطلاعات	۳,۹۲
۹	مدیریت	۳,۸۳
۱۰	مخابرات	۳,۳۱
۱۱	زبان انگلیسی	۲,۷۶

۲. برنامه‌سازان رادیو مقطع تحصیلی مناسب برای موفقیت حرفه‌ای یک برنامه‌ساز رادیو را به صورت زیر مطرح کرده‌اند:

جدول شماره ۱۴. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب مقطع تحصیلی مناسب برای برنامه‌ساز رادیو

مقطع تحصیلی تهیه‌کننده رادیو	فراوانی	درصد فراوانی
معتبر	کارشناسی	۲۲۰
	کارشناسی ارشد	۵۷
	دکتر	۸
جمع	۲۸۵	۱۰۰,۰

چنان که ملاحظه می‌شود، بیش از ۷۷ درصد برنامه‌سازان مدرک تحصیلی کارشناسی را برای برنامه‌سازان رادیو مناسب دانسته‌اند و ۲۰ درصد پاسخ‌گویان مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد را مناسب دانسته‌اند.

۳. برنامه‌سازان رادیو رشته‌های تحصیلی مناسب یک برنامه‌ساز رادیو برای موفقیت حرفه‌ای را بدین صورت مطرح کرده‌اند، اما لازم به ذکر است که سؤال به صورت باز پرسش شده و هر پاسخ‌گو امکان بیان سه رشته تحصیلی را داشته است:

جدول شماره ۱۵. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب رشته‌های تحصیلی مناسب برای برنامه‌ساز رادیو

درصد فراوانی	فراوانی	رشته تحصیلی برنامه‌ساز رادیو
۲۰,۲	۱۰۱	ارتباطات
۹	۴۵	تولید (رسانه)
۹	۴۵	هنر
۸,۸	۴۴	ادبیات فارسی
۸,۴	۴۲	رشته‌های علوم انسانی
۶,۶	۳۳	نویسندگی
۳,۸	۱۹۰	سایر
۱۰۰	۵۰۰	جمع

۴. برنامه‌سازان رادیو دوره‌های بدو خدمتی را، که یک برنامه‌ساز رادیو برای موفقیت حرفه‌ای باید بگذراند، به صورت زیر مطرح کرده‌اند، لازم به ذکر است که سؤال به صورت باز پرسش شده و هر پاسخ‌گو امکان بیان سه دوره را داشته است:

جدول شماره ۱۶. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب دوره‌های بدو خدمت لازم برای برنامه‌ساز رادیو

درصد فراوانی	فراوانی	دوره بدو خدمت
۲۱,۱	۱۵۳	برنامه‌سازی
۲۰,۸	۱۵۱	موسیقی
۱۳,۹	۹۴	ارتباطات
۷,۰	۵۱	نرم‌افزارهای صوتی
۶,۲	۴۵	دستگاه‌های فنی ضبط و میکس
۵,۴	۳۹	فناوری اطلاعات
۵,۱	۳۷	ادبیات فارسی
۳,۴	۱۵۶	سایر
۱۰۰	۷۲۶	جمع

۵. برنامه‌سازان رادیو دوره‌های ضمن خدمت را، که یک برنامه‌ساز رادیو برای موفقیت حرفه‌ای باید بگذراند، به صورت زیر آورده‌اند، لازم به ذکر است که سؤال به صورت باز مطرح شده و هر پاسخ‌گو امکان بیان سه دوره را داشته است:

جدول شماره ۱۷. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب دوره‌های ضمن خدمت لازم برای برنامه‌ساز رادیو

دوره ضمن خدمت		فراوانی	درصد فراوانی
دوره ضمن خدمت	علوم سیاسی	۱۴۵	۲۰,۳
	برنامه‌سازی رادیویی	۱۱۸	۱۶,۵
	موسیقی	۹۹	۱۳,۸
	نرم‌افزارهای صوتی	۷۹	۱۱,۰
	ارتباطات	۶۵	۹,۱
	سایر	۲۱۰	۲۹,۳
جمع		۷۱۶	۱۰۰,۰

ع. نظر برنامه‌سازان رادیو در خصوص ادغام وظایف تهیه‌کننده و سردبیر به صورت زیر است:

جدول شماره ۱۸. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب اظهار نظر در خصوص ادغام یا تفکیک وظایف تهیه‌کننده و سردبیر در رادیو

سردبیر یا تهیه‌کننده		فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر فراوانی
معتبر	ادغام تهیه‌کننده و سردبیر	۷۲	۲۵,۳	۲۶,۰
	تفکیک تهیه‌کننده و سردبیر	۸۵	۲۹,۸	۳۰,۷
	بستگی به برنامه دارد	۱۲۰	۴۲,۱	۴۳,۳
	جمع	۲۷۷	۹۷,۲	۱۰۰,۰
از دست رفته	بدون پاسخ	۸	۲,۸	
جمع		۲۸۵	۱۰۰,۰	

چنان که ملاحظه می‌شود، در خصوص ادغام و یا تفکیک عناوین شغلی تهیه‌کننده و سردبیر در مدیریت برنامه‌های رادیویی بیشترین درصد فراوانی پاسخ‌ها مربوط به گزینه «بستگی به نوع برنامه دارد» است. سپس، پاسخ «تفکیک عناوین شغلی» دارای بیشتری درصد فراوانی است. بنابراین، به نظر می‌رسد که دیدگاه برنامه‌سازان تفکیک تهیه‌کننده و سردبیر با ضرورت در برنامه‌های خاص است.

▪ مهارت

۱. از نظر برنامه‌سازان رادیو، مهم‌ترین مهارت‌هایی که یک برنامه‌ساز رادیو برای موفقیت حرفه‌ای باید داشته باشد، شامل موارد زیر است:

جدول شماره ۱۹. شاخص‌های برنامه‌سازان به ترتیب اهمیت (از نظر برنامه‌سازان)

میانگین	مهارت	درجه اهمیت
۴,۵۳	فضاسازی و خلق موقعیت در برنامه رادیویی	۱
۴,۱۳	ادراک خواندن یا مطالعه	۲
۴,۱۳	نظارت	۳
۴,۰۶	نویسندگی	۴
۴,۰۲	تصمیم‌گیری و داوری در موضوعات	۵
۴	مدیریت زمان	۶
۳,۹۹	شنوایی فعال	۷
۳,۹۷	صحبت کردن	۸
۳,۹۶	هوش و احساس جمعی	۹
۳,۷۴	تسلط بر دستگاه‌های فنی ضبط و میکس آنالوگ و دیجیتال	۱۰
۳,۷۲	تفکر انتقادی	۱۱
۳,۷۲	فراگیری فعال	۱۲
۳,۷۱	مدیریت منابع انسانی	۱۳
۳,۳۷	ترغیب و متقاعدسازی دیگران برای اجرای کارها	۱۴
۲,۶۳	مهارت‌های ریاضی	۱۵

۲. از نظر برنامه‌سازان رادیو، مهم‌ترین راهکارها برای افزایش مهارت‌های برنامه‌سازان، به ترتیب اهمیت، بدین شرح است:

جدول شماره ۲۰. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب اظهارنظر در خصوص اولویت اول در

افزایش مهارت برنامه‌سازان رادیو

درصد معتبر فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	افزایش مهارت‌های برنامه‌سازان
۴۴,۴	۴۰,۷	۱۱۶	دوره‌های آموزشی
۲۸,۴	۲۶	۷۴	تجربه‌اندوزی در قالب دستیاری برنامه‌سازی
۳۷,۲	۳۴,۹	۷۱	کارگاه‌های آموزشی
	۸,۴	۲۴	بدون پاسخ
	۱۰۰	۲۸۵	جمع

▪ علاقه‌مندی‌ها

از نظر برنامه‌سازان رادیو، مهم‌ترین علاقه‌مندی یک فرد برای موفقیت در حرفه برنامه‌سازی رادیویی، به ترتیب اهمیت، شامل موارد زیر است:

جدول شماره ۲۱. شاخص‌های علاقه برنامه‌سازان به ترتیب اهمیت (از نظر برنامه‌سازان)

میانگین	مهارت	درجه اهمیت
۴,۵۵	انجام کارهای هنرمندانه و لطیف	۱
۴,۲۵	انجام کارهای مهم و تأثیرگذار حرفه‌ای	۲
۴,۲	اجتماعی بودن و علاقه به کار در گروه و جمع	۳
۳,۹۳	انجام وظیفه در شغلی مفهومی و نظری	۴

▪ ادراک نقش

از نظر برنامه‌سازان رادیو، مهم‌ترین اولویت‌ها در انتخاب و ساخت محتوای پیام توسط آنها، به ترتیب اهمیت، به شرح زیر است:

جدول شماره ۲۲. نظر پاسخ‌گویان در خصوص عوامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام توسط برنامه‌سازان به ترتیب اولویت با سنجۀ طیف لیکرت

میانگین	عوامل مؤثر در انتخاب محتوای برنامه	درجه اهمیت
۳,۹۶	محیط اجتماعی	۱
۹۱۰	افکار و اندیشه‌ها و درونیان برنامه‌ساز	۲
۳,۸۸	سازمان رسانه (اولویت‌های برنامه‌سازی)	۳
۳,۷۹	ویژگی‌های عمومی رسانه رادیو	۴
۳,۶۴	گروه برنامه‌ساز (گروه برنامه‌سازی)	۵

۲. از نظر برنامه‌سازان رادیو، برنامه‌سازی در راستای سیاست‌ها و اولویت‌های سازمان رسانه بین متوسط و زیاد (میانگین ۳,۶۰) است.

جدول شماره ۲۳. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب اظهارنظر در خصوص میزان برنامه‌سازی در

راستای اهداف سازمان رسانه

میزان برنامه‌سازی در راستای اهداف سازمان رسانه	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر فراوانی
کم	۳۳	۱۱,۶	۱۲,۲
متوسط	۱۰۳	۳۶,۱	۳۸,۱
زیاد	۷۴	۲۶,۰	۲۷,۴
خیلی زیاد	۶۰	۲۱,۱	۲۲,۲
جمع	۲۷۰	۹۴,۷	۱۰۰,۰
از دست رفته	۱۵	۵,۳	
جمع	۲۸۵	۱۰۰,۰	

۳. از برنامه‌سازانی که به سؤال قبل (میزان برنامه‌سازی در راستای سیاست‌ها و اولویت‌های سازمان رسانه چه میزان است؟) پاسخ «کم» داده بودند، پرسیده شد «علت عدم نامنطبق بودن فعالیت‌های برنامه‌سازان رادیو با سیاست‌ها و اولویت‌های ابلاغ‌شده از سوی سازمان رسانه چیست؟» پاسخ‌ها بدین شرح است:

جدول شماره ۲۴. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان در خصوص علت عدم انطباق فعالیت‌های برنامه‌ساز با سیاست‌های سازمان رسانه

درصد معتبر فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	علت عدم انطباق فعالیت برنامه‌ساز با سیاست سازمان	
۲,۸	۲,۵	۷	اعمال سیاست‌های نادرست و نایجا در رسانه	معتبر
۳,۶	۳,۲	۹	نبود انگیزه	
۶,۸	۶,۰	۱۷	سیاست‌هایی که با فضای جامعه و ذهن برنامه‌سازان مغایرت دارد	
۸۶,۹	۷۶,۵	۲۱۸	سؤال قبل متوسط به بالا	
۱۰۰,۰	۸۸,۱	۲۵۱	جمع	
	۱۱,۹	۳۴	بدون پاسخ	از دست رفته
	۱۰۰,۰	۲۸۵		جمع

۴. از نظر برنامه‌سازان رادیو، راهکارها برای اعمال دقیق سیاست‌ها و اولویت‌های ابلاغ‌شده از سوی سازمان رسانه در جداول زیر است:

جدول شماره ۲۳. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب اظهارنظر در خصوص میزان برنامه‌سازی در راستای اهداف سازمان رسانه

درصد فراوانی	فراوانی	راهکارهای اعمال دقیق سیاست‌های سازمان رسانه	
۸,۴	۳۴	اعمال سیاست‌های درست و مناسب	معتبر
۱۶,۵	۴۷	گفت‌وگوهای اقناعی درخصوص سیاست‌ها با تهیه‌کنندگان	
۳,۹	۱۱	کنترل و نظارت بر برنامه‌ها	
۹,۵	۳۷	سیاست‌ها باید براساس فضا و نیازهای جامعه باشد	
۴,۶	۱۳	ایجاد ظرفیت و دقت در تدوین و ارائه سیاست‌ها	
۴۲,۸	۱۲۲	جمع	
۵۷,۲	۱۶۳	بدون پاسخ	از دست رفته
۱۰۰,۰	۲۸۵		جمع

چنان که ملاحظه می‌شود ۵۷٫۲ درصد از پاسخ‌گویان به این سؤال جواب نداده‌اند و تنها ۴۲٫۸ درصد به این سؤال پاسخ داده‌اند.

۱۲. پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌ها

- میانگین تأثیر عوامل مؤثر در انگیزش، چه در مورد عوامل بهداشتی، (۴،۳۲) و چه در مورد عوامل ذهنی (۴،۲۸)، بین زیاد و خیلی زیاد بوده است. آنچه مشهود است، طبق اظهار خود تهیه‌کنندگان و سردبیران، عوامل انگیزشی تأثیر بسیاری در عملکرد آنها دارند. پیشنهاد می‌شود که مدیران ارشد رادیو، به منظور افزایش انگیزش برنامه‌سازان در شیوه مدیریت و سیاست‌گذاری خود، عوامل بهداشتی و عوامل درونی یا ذهنی انگیزش را به طور خاص مد نظر داشته باشند.

- عوامل بهداشتی انگیزش: برنامه‌سازان خط‌مشی محیط را (صریح‌بودن قوانین و مقررات، متناسب‌بودن نظارات، وضعیت تشویق و تنبیه و منطق در محل کار)، که یک عامل بهداشتی انگیزش است، مهم‌ترین عامل در انگیزش خود ذکر کرده‌اند که لزوم اعمال مدیریت صحیح و عادلانه را، مبتنی بر قوانین و مقررات و منطق و عدالت و نیز تشویق و تنبیه بجا، می‌طلبد و در مرحله بعد، امنیت شغلی مطرح شده که نشان‌دهنده دغدغه و حساسیت برنامه‌سازان نسبت به مسئله امنیت شغلی است و مبین لزوم برنامه‌ریزی و تصمیمات مدیران ارشد رادیو برای رفع این مشکل در خصوص برنامه‌سازان غیررسمی است.

- برنامه‌سازان شناخت و قدردانی را مهم‌ترین عامل انگیزشی ذهنی یا درونی دانسته‌اند که لزوم تصمیمات مدیران ارشد رادیو را، در خصوص تقدیر و تشکر و پاداش‌های غیرمادی از زحمات برنامه‌سازان، بیان می‌کند عوامل انگیزشی درونی رضایت کارکنان را جلب می‌کند. در حالی که، عوامل بهداشتی موجب تبدیل نارضایتی به عدم نارضایتی یا حالت خنثی و تحمل کار می‌شوند. آنچه مشهود است عوامل ذهنی مکمل عوامل بهداشتی است و بدون محقق کردن این عوامل، عملکردی خوب از کارکنان انتظار نمی‌رود. بنابراین، محقق‌ساختن این عوامل تصمیمی استراتژیک خواهد بود. برنامه‌سازان اولویت دوم عوامل ذهنی انگیزش را عامل پیشرفت و توسعه شغلی ذکر کرده‌اند که لزوم برنامه‌ریزی آموزشی و شغلی را برای برنامه‌سازان بیان می‌کند.

- شاخص‌های توانایی، دانش، میزان تحصیلات، رشته‌های تحصیلی، دوره‌های بدو خدمت و ضمن خدمت و مهارت و علاقه‌مندی‌هایی که برنامه‌سازان، به منظور احراز شغل برنامه‌سازی در رادیو، آنها را ضروری دانسته‌اند، اطلاعات باارزشی را، به منظور استخدام، گزینش، ارتقای شغلی، جابه‌جایی‌ها و نیز نیازسنجی آموزشی رشته‌ها و مقطع تحصیلی مناسب، برای شغل برنامه‌سازی در رادیو به مدیریت منابع انسانی سازمان صداوسیما می‌دهد.

- با توجه به نظر برنامه‌سازان در خصوص ادغام یا تفکیک شغل تهیه‌کننده و سردبیر در رادیو، که اکثریت آن رامنوط به نوع برنامه و ساختار برنامه دانسته‌اند، مدیران ارشد رادیو باید توجه داشته باشند که برنامه‌سازان رادیو خواستار ادامه تفکیک دو شغل تهیه‌کننده و سردبیرند و اینکه در برخی برنامه‌ها وجود هر دو شغل ضرورت دارد.
- برنامه‌سازان رادیو محیط اجتماعی را مؤثرترین عامل درانتخاب و ساخت محتوای پیام دانسته‌اند و در اولویت دوم، افکار، اندیشه‌ها، و درونیات برنامه مطرح شده است که به نظر می‌رسد سازمان رسانه باید نقش فعال تری در تبیین و تشریح و حتی انتخاب و تعیین اهداف و اولویت‌های برنامه‌سازی داشته باشد و این اهداف و الویت‌ها را، به صورت اقناعی و نه به شیوه دستوری، به برنامه‌سازان ابلاغ کند. برنامه‌سازان سازمان رسانه را سومین عامل مؤثر در انتخاب و ساخت محتوای پیام دانسته‌اند.
- برنامه‌سازان رادیو اعمال سیاست‌های درست و مناسب و سپس گفت‌وگوهای اقناعی درخصوص سیاست‌ها با تهیه‌کنندگان را مهم‌ترین راه‌ها برای اعمال سیاست‌ها و اولویت‌های برنامه‌سازی در سازمان رسانه دانسته‌اند. این مهم باید مد نظر مدیران ارشد رادیو قرار گیرد.
- برنامه‌سازان رادیو علت نامنطبق بودن فعالیت برنامه‌ساز با سیاست سازمان را اعمال سیاست‌ها ب نادرست و نابجا در رسانه و سپس نبود انگیزه و همچنین اعمال سیاست‌هایی که با فضای جامعه و ذهن برنامه‌سازان مغایرت دارد، دانسته‌اند. به نظر می‌رسد که باید در اعمال سیاست‌ها و ابلاغ آن به برنامه‌سازان ظرافت و روش اقناعی و نه دستوری و ابلاغی انجام شود.

منابع و مأخذ:

- آرمسترانگ، مایکل، ۱۳۸۰. *راهبرهای مدیریت منابع انسانی*، ترجمه خدایار ابیلی و حسن موفقی، تهران، انتشارا فرا (نشر اثر اصلی بی‌تا).
- پی رابینز، استیفن، ۱۳۷۷. *رفتار سازمانی*، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران، نوبهار (نشر اثر اصلی بی‌تا).
- محسنیان راد، مهدی، ۱۳۶۹. *ارتباط‌شناسی*، تهران، سروش.
- معاونت اداری مالی صداوسیما، ۱۳۷۰. *نظام حقوق و دستمزد*.
- میچل، ترنس، ۱۳۷۶. *مدیریت در سازمان‌ها*، ترجمه حسین نظری‌نژاد، مشهد، آستان قدس رضوی (نشر اثر اصلی بی‌تا).
- M, Bee; R.A. Ruh (1976). Employee growth through performance management. Harvard: Business review

- Maltezke, G (1963). Ppsychologie der massen kommunikation. Hamburg: verlag hans bredow
- Onet, retrieved august 2008, from <http://online.onetcentr.org> .
- علی‌آبادی، حمید، ۱۳۸۲. عوامل مؤثر بر ایجاد انگیزش شغلی اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، آموزش در علوم پزشکی، شماره ۱۲، ص ۳۳-۴۱.