

بررسی و شناخت عوامل موثر بر تولید برنامه‌های خلاق در رادیو خراسان شمالی (شبکه اترک)

مرتضی قنبرآبادی^۱ / امیر ساکی^۲ / اشرف راد^۳

تاریخ پذیرش نهایی: آذر ۹۷

تاریخ دریافت مقاله: اردیبهشت ۹۷

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی و شناخت عوامل موثر بر تولید برنامه‌های خلاق در رادیو خراسان شمالی با روش پیمایش و جامعه آماری کلیه تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان رادیویی شبکه اترک، به انجام رسیده است که در نهایت اکثر برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان، خلاقیت را از عناصر مهم در برنامه‌سازی رادیویی عنوان نموده و در نهایت مشخص شد در برنامه‌سازی خلاق صدای شبکه اترک، مولفه‌های فردی و مولفه‌های سازمانی هر دو از اهمیت بالایی برخوردارند اما مولفه‌های فردی تحت تاثیر مولفه‌های سازمانی قرار دارند که با توجه به نتایج تحقیق خلاقیت در سایه مشی و مولفه‌های پیچیده سازمانی کم‌رنگ شده است. بنابراین باید اظهار نمود بین «مولفه‌های تولید»، «شاخصه‌های اصولی برنامه‌سازی»، «متغیرهای موثر فردی» و «متغیرهای موثر سازمانی» با «برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک» رابطه معنی‌دار وجود دارد به این معنی که با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت هر چقدر میزان مولفه‌های جدید خلاقیت در تولید، بین تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان بیشتر باشد میزان برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک نیز افزایش می‌یابد. لذا پیشنهاد می‌شود با آموزش‌های تخصصی لازم به دست اندرکاران برنامه‌سازی و تهیه‌کنندگان، برنامه‌سازی خلاق تعالی یابد چراکه با تعالی مولفه‌های سازمانی، مولفه‌های فردی بهبود خواهند یافت.

واژه‌گان کلیدی: برنامه‌سازی خلاق، مولفه‌ها، صدای شبکه اترک، خراسان شمالی.

۱- کارشناسی‌ارشد مدیریت رسانه، پژوهشگر سازمان صداوسیما مرکز خراسان شمالی، خراسان شمالی، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: mortezaghanbarabadi@yahoo.com
۲- کارشناسی‌ارشد تحقیق در ارتباطات، پژوهشگر مرکز طرح، برنامه و بودجه سازمان صداوسیما
۳- کارشناسی‌ارشد آموزش زبان انگلیسی، دبیر آموزش و پرورش شهرستان بجنورد

مقدمه

رسانه‌ها به عنوان سازمان‌هایی کاملاً اندیشه‌محور، دانش‌بنیان و آینده‌نگر برای حضور در عرصه رقابت‌های منطقه‌ای و جهانی محتاج خلاقیت و نوآوری دائمی و مستمر در شیوه‌ها، ابزار، قالب‌ها و محتوای تولید در برنامه‌سازی هستند چراکه خلاقیت شیوه‌ای از تفکر است که ایده‌های جدید را بوجود می‌آورد (کینگ و اندرسون، ۱۳۸۶). این در حالی است که هر رسانه‌ای با ویژگی‌های منحصر به فرد خود در حال رقابت با رسانه‌های دیگر برای جذب مخاطبانی بیشتر با ویژگی‌هایی چون متنوع بودن، فعال بودن و گزینشی عمل-کردن می‌باشد که خود یک ملاک مهم در ارزیابی موفقیت هر رسانه‌ای به شمار می‌آید. رادیو نیز با توجه به ویژگی‌های خاص خود در عصر ارتباطات، جایگاه و سهم مهمی در بین رسانه‌ها داشته و به‌عنوان یکی از مهمترین ابزارهای توسعه فرهنگی، نقش عمده‌ای در این مسیر برعهده دارد به نحوی که برنامه‌سازی خلاق رادیویی از شیوه‌های موثر جذب و ماندگاری مخاطب و افزایش امیدواری به کسب جایگاه برتر در میدان سخت رقابت رسانه‌ای می‌باشد. کارشناسان معتقدند خلاقیت، عنصر مهم و تاثیرگذار در موفقیت برنامه‌های رادیویی و جذب مخاطبان می‌باشد که این مقوله از ضروریات برنامه‌سازی به حساب می‌آید. از آن جا که استان خراسان شمالی دارای تنوع اقوام و فرهنگ‌ها می‌باشد لذا لازم است برنامه‌سازی همراه با خلاقیت باشد تا مخاطبان با نژادها، فرهنگ‌ها و طبایع گوناگون را ماندگار نماید. این مقاله به دنبال بررسی این مسئله است که چه عواملی باعث افزایش یا کاهش خلاقیت در برنامه‌سازی رادیو در بین تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان صدای شبکه اترک شده و مؤلفه‌های برنامه‌سازی خلاق از دیدگاه تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان آن کدامند؟

از آنجا که بزرگترین نقطه قوت یک ایستگاه رادیویی، مزیت رقابتی آن بوده و برنامه‌های هر ایستگاه رادیویی مانند کالا در دستان برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان آن می‌باشد لذا برنامه‌ریزان صدای شبکه اترک جهت

افزایش جذب مخاطب، تاثیرگذاری بیشتر و دستیابی به اهداف و سیاست‌های ایستگاه رادیویی مرکز خراسان شمالی، باید با جنبه‌های جدید برنامه‌سازی خلاق در رادیو آشنا شده و از آنجا که در بحث برنامه‌سازی خلاق متون و گزارش و در کل اسناد مکتوب بسیار کمی در داخل ایران درباره برنامه‌سازی خلاق وجود دارد، نتایج این مقاله می‌تواند خلاء موجود را پر کرده و حداقل بر دانش نظری موضوع بیافزاید و اصول و مولفه‌هایی را که در برنامه‌سازی رادیو به کار برده می‌شود را مشخص نماید تا برنامه‌سازان برای بهبود کیفیت تولید برنامه‌های رادیویی آنها را مورد استفاده قرار دهند بنابراین تعریف مفاهیم پژوهش بصورت زیر می‌تواند به فهم بهتر موضوع کمک نماید.

تعریف مفاهیم

خلاقیت: عبارتست از قدرت ایجاد اندیشه‌های نو و کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه (آقایی، ۱۳۷۷) یا به عبارت دیگر خلاقیت عبارتست از به کارگیری تواناییهای ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید (رضائیان، ۱۳۷۳) که منظور از خلاقیت در این مقاله فکر، اندیشه، ایده جدید و نو که منجر به تولید برنامه‌ای پر مخاطب با محتوای جدید در رادیو می‌شود.

برنامه‌سازی خلاق: برنامه‌سازی، فرآورده صوتی مدونی است که بر اساس ایده و طرح قبلی برای مخاطبانی مفروض، تدارک و پخش می‌شود و ایده مورد نظر بیانگر ذهنیت محتوایی و اهداف برنامه‌ساز و تا حدودی چارچوب شکلی اوست (سروری، ۱۳۹۱).

پیشینه تحقیق

زهرا صفاریان در مقاله‌ای با عنوان «خلاقیت در برنامه‌سازی» که در سال ۱۳۹۱ در فصلنامه رادیو به چاپ رسیده و محتوای آن حاصل تجربیات شخصی نویسنده می‌باشد، اظهار می‌دارد تهیه‌کنندگان موفق باید به خلق قالب‌های جدید اقدام نموده و علاوه بر گسترش زاویه نگاه و دیدن مسئله از دریچه‌های مختلف، متفاوت و متنوع؛ ریشه‌های مسئله و نتایج و پیامدهای

بین برنده خلاقیت و نوآوری است. بنابراین بهترین سبک رهبری مدیران گروه برای ارتقای خلاقیت و نوآوری در بین تهیه‌کنندگان معاونت صدا را سبک رهبری مشارکتی می‌داند. با توجه به آنچه مطرح شد می‌توان گفت مقاله حاضر در مقایسه با پژوهش‌های انجام شده علاوه بر متغیرهای سازمانی، متغیرهای فردی تأثیرگذار در برنامه‌سازی خلاق را نیز سنجیده و محور اصلی کار را بررسی خلاقیت در تولید و برنامه‌سازی قرار داده و آن را مورد مطالعه قرار داده است.

عوامل موثر بر خلاقیت

عوامل موثر بر خلاقیت را می‌توان در قالب یک طبقه‌بندی کلی (عوامل فردی و محیطی) و یک طبقه‌بندی تفصیلی (عوامل فردی، گروهی و سازمانی) جای داد. تقسیم‌بندی دیگری برای خلاقیت چهار رویکرد را در نظر می‌گیرد:

الف- رویکرد روانشناختی: از این دیدگاه، خلاقیت به عوامل روانشناختی خصوصاً میزان هوش و استعدادهای فردی بستگی دارد. بر این اساس توصیه می‌شود که زمینه برای پرورش خلاقیت افراد باهوش فراهم شود.

ب- رویکرد اجتماعی: از این دیدگاه، خلاقیت را بیشتر امری گروهی دانسته‌اند که بر این اساس برای داشتن خلاقیت، بر فراهم کردن عوامل گروهی باید تاکید شود.

ج- رویکرد سازمانی: از این دیدگاه، خلاقیت متأثر از متغیرهای سطح سازمان می‌باشد. از این رو بر فراهم کردن متغیرهای سازمانی مناسب برای خلاقیت تاکید می‌کند.

د- رویکرد سیستمی: از این دیدگاه، خلاقیت در سازمان متأثر از عوامل متعددی است که می‌توان زمینه ظهور و بروز آن را از طریق فراهم کردن عوامل فردی، گروهی و سازمانی محقق نمود.

در یک طبقه‌بندی جامع می‌توان گفت که در نوشته‌ها و تحقیقات سازمان و مدیریت جهت زمینه‌سازی برای

آن را نیز به صورت شفاف و جزئی نگاه کنند و با استفاده از راه‌های جدید به تولید و برنامه‌سازی بپردازند.

اریک گ. نوربرگ در کتاب خود با عنوان «خط مشی‌های برنامه‌سازی برای رادیو» که در سال ۱۳۸۳ توسط ناصر بلیغ ترجمه شده به شیوه‌های مدرن و اصول برنامه‌سازی موفق اشاره نموده و معتقد است با کمک این اصول برنامه‌سازان خواهند توانست علت موفقیت ایستگاه‌های رادیویی را متوجه شده و از روش‌های متناسب با برنامه‌سازی موفق و اثرگذار استفاده نمایند.

نتایج تحقیقی که توسط غلامرضا بحیرایی در سال ۱۳۸۸ در دانشکده صدا و سیما با هدف بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و خلاقیت تهیه‌کنندگان معاونت صدای جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه تهیه‌کنندگان و به روش پیمایشی بین همه تهیه‌کنندگان معاونت صدای جمهوری اسلامی ایران انجام شده نشان می‌دهد که سه عامل ساختاری یعنی پیچیدگی، رسمیت و تمرکز در معاونت صدا بالا بوده و تهیه‌کنندگان رادیویی از خلاقیت خیلی کمی برخوردارند و بین میزان تمرکز و رسمیت با میزان خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد ولی بین میزان پیچیدگی با میزان خلاقیت رابطه معنی‌داری مشاهده نشده است یعنی دو عامل رسمیت و تمرکز دارای بیشترین قدرت تبیین میزان خلاقیت تهیه‌کنندگان هستند.

نتایج تحقیق دیگری که توسط مجید خبازی در سال ۱۳۸۸ در دانشکده صدا و سیما با هدف بررسی رابطه سبک رهبری مدیران گروه با خلاقیت تهیه‌کنندگان معاونت صدای جمهوری اسلامی ایران به روش پیمایش به انجام رسیده نشان می‌دهد بین سبک رهبری مدیران گروه با خلاقیت تهیه‌کنندگان در معاونت صدای سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران رابطه معناداری وجود دارد. خلاقیت تهیه‌کنندگان در معاونت صدا از وضعیت مناسبی برخوردار نیست. بیشتر مدیران گروه در رادیو از سبک رهبری دستوری یا آمرانه استفاده می‌کنند که بر اساس مطالعات قبلی روشن شده است که این سبک خود از

عوامل موفقیت خلاقیت سازمانی

دستیابی به خلاقیت مسئله‌ای است که کلیه جنبه‌های سازمان را، از فرهنگ تا ساختار و سیستم، محصولات و خدمات آن، تحت تأثیر قرار می‌دهد. خلاقیت یا فقدان آن مشکلی مجرد نیست که بتوان به طور جداگانه بررسی و به آسانی به آن سامان داد بلکه چیزی است که در سازمان‌ها به نحوی پویا، ماهرانه و پیچیده عمل می‌کند.

کار گروهی و همکاری موثر، پرورش تخصصی، روحیه و انگیزه و کار و سبک مدیریت برای ایجاد خلاقیت در سازمان از اهمیت بالایی برخوردار هستند (لوئیس، ۱۳۸۱).

موانع خلاقیت در سازمان

شامل موانع محیطی و فردی می‌باشد که موانع محیطی شامل ۱- جو نامساعد ۲- محدودیت‌ها ۳- ارزیابی فشار ۴- رقابت‌ها ۵- منابع ناکافی ۶- طرح تحقیق ضعیف ۷- کشتن ایده‌ها (میرمیران، ۱۳۸۴) و موانع فردی شامل ۱- عدم انگیزه ۲- عدم مهارت یا عدم تجربه ۳- عدم انعطاف ۴- انگیزه خارجی ۵- عدم مهارت‌های اجتماعی می‌باشند.

در کتاب خلاقیت و نوآوری دکتر امیرحسینی موانع خلاقیت را به صورت زیر برشمرده است: (امیرحسینی، ۱۳۸۴: ۲۲۹)

۱- ترس و اضطراب ۲- نبود تشویق و ترغیب و انگیزش ۳- خودرئائی و استبداد فکری ۴- کار سخت و اجباری و مشغله زیاد ۵- پرهیز از تحقیق و جستجوگری ۶- ترس و دغدغه از ادامه نیافتن کار و یا احتمال متوقف شدن آن ۷- ضعف‌های فرهنگی یا اجتماعی و اقتصادی ۸- نبود بهداشت روانی در محیط کار ۹- تنبلی ذهنی و عدم تمرکز ۱۰- توجیه عمل به جای توضیح علت.

در کتاب خلاقیت جوهره کار آفرینی جلیل صمد آقایی، موانع خلاقیت را به ۴ دسته کلی تقسیم می‌کند:

الف - موانع محیطی خلاقیت: ۱- تاثیرات عوامل اقتصادی محیط ۲- تاثیرات عوامل بازار و عرضه‌کنندگان

خلاقیت، چهار عامل کلی وجود دارد که عبارتند از: عوامل فردی، عوامل محیطی، عوامل گروهی و عوامل سازمانی (صادقی مال میری، ۱۳۸۶).

آماییل (۱۳۷۵) خلاقیت را به صورت زیر بیان می‌کند: الف - عوامل محیطی یا بیرونی که شامل ۱- آزادی ۲- منابع کافی ۳- وقت کافی ۴- جو مناسب ۵- طرح تحقیق مناسب ۶- فشار (برخی فشارها می‌تواند محرک خلاقیت باشد) می‌باشند.

ب- عوامل فردی یا درونی که شامل ۱- ویژگی‌های شخصی متنوع ۲- خودانگیزی ۳- توانایی‌های شناختی ۴- تمایل به خطر کردن ۵- تخصص در رشته ۶- تجارت متنوع می‌شوند.

طبق تحقیقات آماییل و همکارانش، عوامل محیطی در رشد خلاقیت عامل برجسته‌تری از مسائل فردی است، نکته مهم این است که سهم محیط بسیار متغیرتر است، یعنی راحت‌تر می‌توان عوامل اجتماعی را تغییر داد تا ویژگی‌های و توانایی‌های فرد.

خصوصیات سازمان‌های خلاق

یکی از تفاوت‌های اساسی یک سازمان خلاق با یک سازمان غیر خلاق، سبک مدیریت آن‌ها می‌باشد. مدیریت خلاق نمی‌تواند در بند شیوه‌های سنتی و معمول باشد بلکه سبکی را برای مدیریت برمی‌گزیند که برای سازمان خلاق و نوآور باشد و منجر به ایجاد محیطی شود که روح ابتکار و نوآوری در آن حاکم باشد. در سازمان خلاق روابط بین مدیران و کارکنان مبتنی برصمیمیت، روشنی و تشریک مساعی است و این امر منجر به احساس امنیت و آرامش خاطر در افراد می‌گردد. حقایق (۱۳۸۰) خصوصیات سازمان‌های خلاق را شامل موارد زیر ذکر نموده است:

- انعطاف‌پذیری
- رویارویی با بحران‌های ناشی از رقابت‌های انحصاری
- برخورد منطقی با مسائل و تنگناها
- اعمال تغییر و تحول در سازمان پس از بررسی دقیق و عالمانه
- ساختار سازمانی خلاق

- بین متغیرهای موثر فردی، با برنامه‌سازی خلاق در رادیو استان خراسان شمالی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

- بین متغیرهای موثر سازمانی، با برنامه‌سازی خلاق در رادیو استان خراسان شمالی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

روش تحقیق

در این تحقیق از روش پیمایش و پرسشنامه بسته که اطلاعات و محتویات آن از درون مبانی نظری و چهار چوب اصلی تحقیق اخذ گردیده، استفاده شده و جامعه آماری آن شامل کلیه تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازانی است که در معاونت صدای شبکه اترک به صورت رسمی، قراردادی، شرکتی، حق الزحمه‌ای و برنامه‌ای مشغول به کار هستند و تعداد آنها طبق اعلام واحد اداری ۵۰ نفر بوده و تمام افراد جامعه آماری به صورت کل شمار مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. برای محاسبه اعتبار سنجی‌ها و متغیرهای مورد نظر از اعتبار صوری و اعتبار محتوا استفاده و نیز برای مشخص نمودن پایایی پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ برای هر متغیر محاسبه شد که مقدار آن برای هرمتغیر بالاتر از ۰/۷ بود و در نهایت اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از دو روش آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفت. در این تحقیق «برنامه‌سازی خلاق» به عنوان متغیر وابسته و مولفه‌های فردی، مولفه‌های سازمانی و مولفه‌های تولید به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده‌اند.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

از مجموع ۵۰ نفر پاسخگو، ۱۶ نفر برابر با ۳۲ درصد تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان زن و هم‌چنین ۳۴ نفر برابر با ۶۸ درصد تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان مرد هستند که در مجموع، سابقه کار ۵ نفر برابر با ۱۰ درصد ۱۳ تا ۱۸ سال می‌باشد که کمترین گروه است. هم‌چنین ۲۸ نفر برابر با ۵۶ درصد ۷ الی ۱۲ سال سابقه کار دارند که بیشترین گروه را تشکیل می‌دهند.

۳- ویژگی و مشخصات صنعت مربوطه ۴- سیاست‌های دولت ۵- عوامل فرهنگی ۶- قوانین و مقررات ۷- نظام آموزشی و پرورش سنتی ۸- وضعیت نظام وظیفه.

ب- موانع سازمانی خلاقیت: ۱- عدم دسترسی به اطلاعات ۲- فقدان ارتباطات افقی و عمودی مناسب ۳- اندازه سازمان برای سودآوری ۴- انزوا و گوشه‌گیری مدیریت ارشد ۵- ساختار نامناسب سازمان ۶- افق زمانی کوتاه مدت مدیران ۷- فقدان سیستم پیشنهادات موثر و سریع ۸- فقدان لوازم و ابزار لازم ۹- فقدان سیستم تشویق و پاداش هدفمند و منعطف ۱۰- ناسازگاری، استرس و نارضایتی کارکنان ۱۱- مبارزات و سیاست بازی‌های سازمانی ۱۲- دلگرمی زیاد از حد مدیر ۱۳- فشار به اخذ نتیجه سریع.

ج) موانع فرهنگی خلاقیت: ۱- مذهب ۲- خیال پردازی به معنی وقت تلف کردن، تنبلی و حتی دیوانگی است. ۳- بازی و بازی‌گوشی فقط مخصوص کودکان است ۴- ترجیح دادن سنت‌ها به تغییر و تحولات ۵- هر مشکلی با پول و تفکر علمی حل می‌شود.

د) موانع فردی خلاقیت: ۱- موانع احساسی - هیجانی خلاقیت مانند ترس از شکست، عدم تحمل مسائل مهم، تمایل به قضاوت در مورد ایده‌ها، نداشتن هیجان، شور و رقابت‌پذیری، ضعف خیال‌پردازی ۲- موانع ادراکی خلاقیت مانند سختی جدا کردن مسئله از سایر امور، سختی تعریف دقیق و صحیح مشکل، تمایل به محدود کردن قلمرو مشکل، ندیدن مشکل از زوایای مختلف استفاده نکردن از همه حواس ۵ گانه (صمد آقایی، ۱۳۸۵).

فرضیه‌های تحقیق

- بین مولفه‌های جدید در تولید و برنامه‌سازی، با برنامه‌سازی خلاق در رادیو استان خراسان شمالی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

- بین شاخصه‌های اصولی تولید و برنامه‌سازی، با خلاقیت در برنامه‌سازی رادیو استان خراسان شمالی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

طبق اطلاعات جدول شماره ۳ مولفه‌های تاثیرگذار بر برنامه‌سازی در این تحقیق عبارتند از داشتن هدف مشخص برای هر برنامه، آشنایی با موسیقی و افکت‌های صوتی، انسجام در برنامه، پرهیز از پرداخت کلیشه‌ای به موضوع، مصاحبه با افراد متخصص و آگاه، توجه به تقویم زمانی مناسب‌ها که با توجه به این جدول، آشنایی با موسیقی و افکت‌های صوتی، انسجام در برنامه، داشتن هدف مشخص برای هر برنامه مهم‌ترین مولفه هنری تاثیرگذار در برنامه‌سازی هستند که پاسخگویان با آنها موافق و خیلی موافق بودند. (جدول ۳)

براساس یافته‌های جدول شماره ۴ استفاده از موضوعات سال‌های قبل، مصاحبه با افراد متخصص و آگاه، و ایجاد زمینه برای پیشنهاد از سوی تیم برنامه‌ساز بیشترین تاثیر بر انتخاب سوژه را داشته است که پاسخگویان با آن موافق و خیلی موافق بودند. (جدول ۴)

یافته‌های جدول شماره ۵ نشان می‌دهد استقبال برنامه‌سازان رادیو از روش‌های جدید برنامه‌سازی، تخصصی شدن عوامل برنامه‌ساز در ایجاد برنامه‌سازی خلاق، تاثیر واحد پژوهش و برنامه‌ریزی بر روی خلاقیت و برنامه‌سازی خلاق بیشترین تاثیر را در برنامه‌سازی خلاق بین تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان داشته است لذا می‌توان گفت که استقبال برنامه‌سازان رادیو از روش‌های جدید برنامه‌سازی و تجربه تهیه‌کننده از عوامل مهم در برنامه‌سازی خلاق هستند. (جدول ۵)

یافته‌های تحلیلی

با توجه به فرضیه اول پژوهش که می‌گوید بین «مولفه‌های تولید» با «برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک» رابطه وجود دارد و نیز همانطور که یافته‌های جدول شماره ۶ نشان می‌دهد نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی حاکی از این می‌باشد که بین میزان استفاده از مولفه‌های جدید خلاقیت در تولید و میزان برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک همبستگی معنی‌داری وجود دارد به این معنی که با ۹۵

دیگران از دیگر مولفه‌های سطح فردی بودند که پاسخگویان در حد کم و خیلی کم با آنها موافق بودند. لذا در بحث طبق نتایج جدول شماره ۱ مولفه‌های سطح فردی در این پژوهش شامل علاقه برنامه‌ساز به مسائل هنری، آزادی عمل تهیه‌کننده، ترس از انتقاد و شکست، همکاری و تعامل گروهی، اهمیت دادن به نظر و پیشنهاد دیگران، علاقه‌مندی اعضای گروه، در نظر گرفتن مخاطب و قبول انتقاد و پیشنهاد دیگران می‌باشد که بر اساس آن آزادی عمل تهیه‌کننده و برنامه‌ساز، اهمیت دادن به نظر و پیشنهاد دیگران، ترس از انتقاد و شکست، علاقه‌مندی اعضای گروه به کار و در نظر گرفتن مخاطب در رادیو بیشترین مولفه‌های سطح فردی هستند که پاسخگویان با آنها در حد زیاد و خیلی زیاد موافق بودند و نیز همکاری و تعامل گروهی و قبول انتقاد و پیشنهاد مولفه‌های فردی آزادی عمل تهیه‌کننده بیشترین اهمیت را در بین تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان دارد. (جدول ۱)

براساس نتایج جدول شماره ۲ مولفه‌های سطح سازمانی در این تحقیق عبارتند از: انعطاف‌پذیری سازمان در پرداخت موضوع، رعایت حق تألیف تهیه‌کننده از سوی سازمان، برآورد مالی برنامه بر اساس ساختار برنامه، تخصص مدیران بخش‌های رادیو، وجود استانداردهای کیفی برای تهیه‌کننده، سیستم پاداش و تشویق، دستورالعمل‌های سازمان، موضوعات از طرف سازمان تعیین می‌شود، معاونت برنامه‌ریزی بر روی خلاقیت و برنامه‌سازی تاثیر دارد، استخدام رسمی، قراردادی، برنامه‌ای، نظر و دانش مدیر شبکه؛ مدیر پخش و مدیر تولید که بر اساس این جدول، نظر و دانش مدیر تولید، نوع استخدامی، دستورالعمل‌های سازمان، سیستم پاداش و تشویق، انعطاف‌پذیری سازمان در پرداخت موضوعات از مهمترین مولفه‌هایی هستند که پاسخگویان به آنها موافق و بسیار موافق هستند و نیز در خصوص رعایت حق تألیف تهیه‌کننده از سوی سازمان اکثر پاسخگویان نظری نداشتند و گزینه متوسط را انتخاب کرده‌اند. (جدول ۲)

چقدر متغیرهای موثر سازمانی بین تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان رادیو بیشتر باشد میزان برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک افزایش می‌یابد. (جدول ۹)

بحث و نتیجه‌گیری

خلاقیت در سازمان دارای نقش و تأثیراتی نظیر افزایش کیفیت راه حل مسائل، تحریک و ارتقای نوآوری، افزایش انگیزه و تعهد در سازمان و افزایش عملکرد موثر تیم‌هاست. چنین تصویری از آینده، ما را به سوی شناخت خلاقیت و تسری آن در سازمان رهنمون می‌کند لذا بی‌شک در سازمان‌های رسانه‌ای نیز به کارگیری خلاقیت، به منظور ارتقای برنامه‌های آن اهمیت زیادی دارد و رادیو نیز از نهادینه کردن خلاقیت مستثنی نیست. به لحاظ شتاب تغییرات فنی و رقابت جهانی توانایی سازمان در توسعه و ارائه محصولی جدید، دارای تأثیری مهم بر عملکرد بلندمدت سازمان است و خلاقیت می‌تواند نقش مهمی را در این عرصه ایفا کند. بنابراین خلاقیت در سازمان صدا و سیما و مخصوصاً رادیو امری حیاتی است و اگر رادیو می‌خواهد جایگاه واقعی خود را دریابد ناگزیر به خلاقیت در برنامه‌سازی است. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان گفت هم عوامل و متغیرهای سازمانی و هم عوامل و متغیرهای فردی بر برنامه‌سازی خلاق تأثیرگذارند که هر دو عامل نیز تحت تأثیر رویکرد مصلحت در برنامه‌سازی قرار دارند.

در مولفه‌های سازمانی آنچه برای برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک اهمیت دارد دستورالعمل‌ها و مقررات سازمانی است که بایستی ضمن صیانت از سازمان، به امر برنامه‌سازی خلاق کمک کند و تیم‌های خلاق را تقویت نماید و سازمان نیز مشوق‌های لازم برای برنامه‌هایی که دارای خلاقیت باشند را نیز داشته باشد و همچنین لازم است تا مدیران رادیو از سواد رسانه‌ای و تجربه برخوردار باشند و خودشان توانایی تفکر خلاق داشته باشند.

در برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک هم مولفه‌های فردی و هم مولفه‌های سازمانی از اهمیت

درصد اطمینان می‌توان گفت هر چقدر میزان مولفه‌های جدید خلاقیت در تولید بین تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان بیشتر باشد میزان برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک نیز افزایش می‌یابد. (جدول ۶)

با توجه به فرضیه دوم پژوهش که می‌گوید بین «شاخصه‌های اصولی برنامه‌سازی» با «خلاقیت در صدای شبکه اترک» رابطه وجود دارد و نیز همانطور که نتایج جدول شماره ۷ نشان می‌دهد نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی حاکی از این می‌باشد که بین میزان شاخصه‌های اصولی برنامه‌سازی و میزان خلاقیت در صدای شبکه اترک همبستگی معنی‌داری وجود دارد به این معنی که با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت هر چقدر میزان استفاده از شاخصه‌های اصولی و استاندارد برنامه‌سازی بیشتر باشد میزان خلاقیت در صدای شبکه اترک نیز در بین تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان افزایش می‌یابد. (جدول ۷)

با توجه به فرضیه سوم پژوهش که می‌گوید بین «متغیرهای موثر فردی» با «برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک» رابطه وجود دارد و نیز همانطور که اطلاعات جدول شماره ۸ نشان می‌دهد نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی حاکی از این می‌باشد که بین متغیرهای موثر فردی تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان با برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک همبستگی معنی‌داری وجود دارد به این معنی که با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت: هر چقدر متغیرهای موثر فردی در بین برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان رادیو بیشتر باشد میزان برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک افزایش می‌یابد. (جدول ۸)

با توجه به فرضیه چهارم پژوهش که می‌گوید: بین «متغیرهای موثر سازمانی» با «برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک» رابطه وجود دارد و نیز همانطور که یافته‌های جدول شماره ۹ نشان می‌دهد نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی حاکی از این می‌باشد که بین متغیرهای موثر سازمانی با برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک همبستگی معنی‌داری وجود دارد به این معنی که با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت هر

- پیشنهاد می‌شود به برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان جوان‌تر، که با مسائل، خواسته‌ها و نیازهای جامعه جوان بیشتر آشنا هستند برنامه‌های بیشتری داده شود تا بتوانند ایده‌های نو را مطابق با نسل جوان امروز به اجرا بگذارند.

- پیشنهاد می‌شود که موضوع خلاقیت در رادیو از دیدگاه و نظر مخاطبان رادیو نیز بررسی شود.

- پیشنهاد می‌شود در برآوردهای مالی برنامه‌های رادیو، برای برنامه‌هایی که از عنصر خلاقیت استفاده می‌کنند مشوق‌های خوب و مناسبی (منظور مشوق‌های ریالی) در نظر گرفته شود.

- پیشنهاد می‌شود در انتخاب مسئولان و مدیران رادیو (مخصوصاً مدیر تولید صدا) دقت شود، و از مدیران متخصص، آشنا با فضای فرهنگی استان، با تجربه و دارای سواد رسانه‌ای مناسب استفاده شود.

- برگزاری دوره‌های آموزشی «خلاقیت در برنامه‌سازی رادیو» برای تمامی عوامل برنامه‌ساز پیشنهاد می‌شود.

- پیشنهاد می‌شود موضوع خلاقیت در رادیو با متغیرهای دیگری مانند تعهد سازمانی، رضایت شغلی، سلامت سازمانی و ... نیز بررسی شود.

بالایی برخوردارند اما لازم است این مولفه‌ها با آموزش‌های مناسب بین برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان تعالی یابند چراکه با توجه به تایید هر چهار فرضیه پژوهش، می‌توان گفت عنصر خلاقیت در برنامه‌سازی رادیو مهم بوده و اکثر برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان علاقمند هستند تا از عنصر خلاقیت در برنامه‌های خود استفاده نمایند. اما این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که در صدای شبکه اترک مولفه فردی خلاقیت در سایه مولفه‌های سازمانی قرار داشته و با وجود افراد خلاق، متأسفانه در سایه مولفه‌های پیچیده سازمانی کم رنگ شده است که لازمه آن بهبود و تقویت مولفه‌های سازمانی و به تبع آن مولفه‌های فردی می‌باشد.

با توجه به دیدگاه‌های مختلفی که درباره برنامه‌سازی وجود دارد، به نظر می‌رسد دیدگاه نیاز - مصلحت بیشترین کاربرد را در صدای شبکه اترک داشته باشد. گذر به مصالح مخاطبان از طریق نیازهای آنهاست. شاید از جهت سختی تأمین محتوا و شرایط آن، قابل مقایسه با دیدگاه‌های دیگر نباشد و زحمت و تلاش دوچندان می‌طلبد، اما از آن جهت که به نیازها توجه دارد، مطلوب مخاطب است و از آن جهت که خود را به مصالح مخاطب و مصلحت سازمان متصل می‌کند، موجب تعالی برنامه‌سازی می‌شود. بنابراین با توجه به یافته‌ها و نتایج حاصل از این تحقیق، پیشنهادهای ذیل می‌تواند برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان رسانه را در تولید هر چه بهتر و موفق‌تر برنامه‌های خلاق و جذاب یاری نماید.

پیشنهادها

- پیشنهاد می‌شود معاونت صدا و معاونت پژوهش و برنامه‌ریزی در انتخاب برنامه‌های برتر، به موضوع نوآوری و خلاقیت در برنامه‌سازی بیشتر توجه نمایند.

- پیشنهاد می‌شود مدیران، برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان معاونت صدا جهت تولید برنامه‌های خلاق، «به بالابردن روحیه تعاون و کار گروهی در بین عوامل برنامه‌ساز» توجه خاص و ویژه‌ای نمایند.

جدول ۱ - توزیع پاسخگویان در خصوص مولفه‌های سطح فردی موثر در برنامه‌سازی

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	مولفه‌های سطح فردی
-	-	۳۲	۵۰	۱۶	اهمیت دادن به نظر و پیشنهاد دیگران
-	-	-	۳۰	۷۰	آزادی عمل تهیه‌کننده
-	۴	۶	۴۶	۴۴	در نظر گرفتن مخاطب
-	۲	۱۲	۵۰	۳۶	ترس از انتقاد و شکست
-	۴	۱۰	۴۶	۴۰	انعطاف‌پذیری برنامه‌ساز
-	-	۶	۶۲	۳۲	علاقه‌مندی اعضای گروه به کار در رادیو
۲۴	۸	۲۶	۲۸	۱۴	همکاری و تعامل گروهی
۶	۱۴	۴۶	۲۶	۸	قبول انتقاد و پیشنهاد دیگران

جدول ۲ - توزیع پاسخگویان برای برنامه‌سازی خلاق در رابطه با مولفه‌های سازمانی

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	مولفه‌های سطح سازمانی
۲	-	۱۴	۳۸	۴۶	انعطاف‌پذیری سازمان در پرداخت موضوع
۴	۱۰	۵۴	۱۶	۱۶	رعایت حق تألیف تهیه‌کننده از سوی سازمان
۲	۲	۶	۵۸	۳۲	برآورد مالی برنامه بر اساس ساختار برنامه
-	-	۳۴	۳۰	۳۶	تخصص مدیران بخش‌های رادیو
۴	۴	۱۶	۴۰	۳۶	وجود استانداردهای کیفی برای تهیه‌کننده
-	-	۲	۵۴	۴۴	سیستم پاداش و تشویق
-	-	۶	۴۶	۴۸	دستورالعمل‌های سازمان
۲	۸	۴۰	۴۶	۴	موضوعات از طرف سازمان تعیین می‌شود.
-	۲	۲۲	۴۶	۳۰	معاونت برنامه‌ریزی بر روی خلاقیت و برنامه‌سازی تاثیر دارد
۲	۱۰	۵۰	۳۴	۴	استخدام رسمی
۲	۱۸	۵۴	۲۴	۲	استخدام قراردادی
۶	۱۰	۱۴	۳۰	۴۰	استخدام برنامه‌ای
۱۴	۱۰	۴۴	۱۶	۱۶	نظر و دانش مدیر شبکه
۸	۴	۲۴	۳۴	۳۰	نظر و دانش مدیر پخش
-	-	۸	۲۴	۶۴	نظر و دانش مدیر تولید

جدول ۳ - توزیع پاسخگویان در خصوص مولفه‌های تاثیرگذار بر برنامه‌سازی

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	مولفه‌های تاثیرگذار بر برنامه‌سازی
-	-	۴	۴۴	۵۲	آشنایی با موسیقی و افکت‌های صوتی
-	۸	۲۶	۲۶	۴۰	مدت زمان لازم برای تهیه یک برنامه
-	۲	۲۰	۵۶	۲۲	مصاحبه با افراد متخصص و آگاه
۱۲	۸	۲۴	۳۴	۲۲	توجه به تقویم زمانی مناسبها
-	-	۴	۴۴	۵۲	انسجام در برنامه
-	۲	۶	۵۴	۳۸	پرهیز از پرداخت کلیشه‌ای به موضوع
-	-	-	۴۸	۵۲	داشتن هدف مشخص برای هر برنامه

جدول ۴ - توزیع پاسخگویان درباره انتخاب سوژه

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	مولفه‌ها
-	-	-	۵۶	۴۴	استفاده از موضوعات سال‌های قبل
-	۲	۲۰	۵۶	۲۲	مصاحبه با افراد متخصص و آگاه
۸	۱۶	۵۴	۱۶	۶	استفاده از منابع مکتوب
۲	۸	۱۸	۵۰	۲۲	استفاده از موضوع‌های شبکه‌های رادیویی دیگر
۴	۸	۱۲	۴۸	۲۸	مشورت کردن با عوامل برنامه‌ساز
۱۲	۱۲	۳۸	۳۲	۶	استفاده از نظرها و پیشنهاد‌های مخاطبان
۲	۸	۴۰	۴۶	۴	موضوعات از طرف سازمان تعیین می‌شود
۶	۱۴	۴۶	۲۶	۸	قبول انتقاد و پیشنهاد دیگران
-	۴	۱۶	۶۰	۲۰	ایجاد زمینه برای پیشنهاد از سوی تیم برنامه‌ساز
۱۲	۸	۲۴	۳۴	۲۲	توجه به تقویم زمانی مناسبها

جدول ۵ - توزیع نظر برنامه‌سازان در خصوص برنامه‌سازی

مخالف	کاملاً مخالف	بدون نظر	موافق	کاملاً موافق	مولفه‌ها
۵۸	۱۰	۱۸	۸	۶	وضعیت فعلی برنامه‌سازی رادیو نیاز به تغییر و تحول دارد.
۷	-	۱۱	۳۹	۴۳	عواملی که در برنامه‌سازی رادیو فعالیت می‌کنند از تخصص لازم برخوردارند
۴	۲	۸	۵۶	۳۰	استقبال برنامه‌سازان رادیو از روش‌های جدید برنامه‌سازی
۴	-	۳۰	۵۰	۱۶	تجربه تهیه‌کننده در برنامه‌سازی رادیو در حوزه‌های مختلف منجر به ایجاد برنامه‌سازی خلاق می‌شود.
۱۰	۱۲	۲۰	۴۸	۱۰	معمولاً با مدیر تولید بر روی موضوع‌های برنامه بحث و جدل لازم است.
۲	-	۲۲	۴۶	۳۰	معاونت برنامه‌ریزی بر روی خلاقیت و برنامه‌سازی خلاق تاثیر دارد.

جدول ۶ - نتایج آزمون همبستگی بین «مولفه‌های جدید خلاقیت در تولید» و «برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک»

متغیر مستقل	متغیر وابسته	میزان خطا	سطح معنی‌داری	میزان ضریب همبستگی
مولفه‌های جدید خلاقیت در تولید	برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک	۰,۰۵	۰,۰۴۹	۰,۱۸۲

جدول ۷ - نتایج آزمون همبستگی بین «شاخصه‌های اصولی برنامه‌سازی» با «خلاقیت در صدای شبکه اترک»

متغیر مستقل	متغیر وابسته	میزان خطا	سطح معنی‌داری	میزان ضریب همبستگی
شاخصه‌های اصولی برنامه‌سازی	خلاقیت در صدای شبکه اترک	۰,۰۵	۰,۰۳۱	۰,۲۰۰

جدول ۸ - نتایج آزمون همبستگی بین «متغیرهای موثر فردی» با «برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک»

متغیر مستقل	متغیر وابسته	میزان خطا	سطح معنی‌داری	میزان ضریب همبستگی
متغیرهای موثر فردی	برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک	۰,۰۵	۰,۰۱۲	۰,۲۳۳

جدول ۹ - نتایج آزمون همبستگی بین «متغیرهای موثر سازمانی» با «برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک»

متغیر مستقل	متغیر وابسته	میزان خطا	سطح معنی‌داری	میزان ضریب همبستگی
متغیرهای موثر سازمانی	برنامه‌سازی خلاق در صدای شبکه اترک	۰,۰۵	۰,۰۱۰	۰,۳۱۳

فهرست منابع

- آقای فیشانی، تیمور (۱۳۷۷). خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها، تهران: انتشارات ترمه.
- آماییل، ترزا (۱۳۷۵). شکوفایی خلاقیت کودکان، ترجمه حسن قاسم زاده، تهران: انتشارات دنیای نو، چاپ اول.
- امیرحسینی، خسرو (۱۳۸۴). خلاقیت و نوآوری (مبانی، اصول، تکنیک‌ها)، تهران: انتشارات عارف کامل، چاپ دوم.
- حقایق، سیروس (۱۳۸۰). ویژگی‌های سازمان صنعتی خلاق و نوآور، فصلنامه تدبیر، اردیبهشت ۱۳۸۰، شماره ۱۱۱. خجسته، حسن (۱۳۸۵). تأملاتی جامعه‌شناسی درباره رادیو، تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- رضائیان، علی (۱۳۷۳). اصول مدیریت، تهران: انتشارات سمت.
- سروری، احمد (۱۳۹۱). نکاتی درباره برنامه‌سازی در رادیو، تهران: جزوه آموزشی مرکز آموزش صدا و سیما.
- صادقی‌مال‌امیری، منصور (۱۳۸۶). خلاقیت (رویکردی سیستمی؛ فرد، گروه، سازمان)، تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین (ع).
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۵). خلاقیت جوهره کارآفرینی، تهران: انتشارات مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، چاپ دوم.
- کینگ، اندرسون (۱۳۸۶). نوآوری و تغییر در سازمانها، ترجمه نجف بیگی، تهران: انتشارات ترمه.
- لوییس، کارت (۱۳۸۱). پرورش خلاقیت در سازمان، ترجمه بدری نیک فطرت، تهران: کیفیت و مدیریت (نشر اثر اصلی، بی‌تا)، (ویرایش اول).

Investigating and Recognizing the Factors Affecting the Production of Creative Programs in North Khorasan Radio

Morteza Ghanbarabadi, Amir Saki, Ashraf Rad

Abstract

The purpose of this study was to investigate and identify the factors affecting the production of creative programs in North Khorasan Radio using a structured survey and interview with the statistical community of all the suppliers and radio program developers of the Atrak network, which ultimately most developers and suppliers. The authors point to creativity as one of the important elements in radio programming, and finally it was found that both creative and organizational components of the network are attractive, individual components and organizational components are important, but individual components are influenced by organizational components. Which according to the research results of creativity in shading and screw components the organization has become dimmed.

Therefore, it can be said that there is a relationship between the "production components" of the "principle of programming", "individually effective variables" and "effective organizational variables" with "creative programming in the voice of the network of Atrak", which means that with 95% confidence "As the new components of creativity increase in production between developers and developers, the amount of creative programming in the network of Atrak also grows.

Therefore, it is suggested that creative programming should be promoted with the specialized training necessary for designers and developers, as individual components will improve with the excellence of the organizational components.

Keywords: Creative Design, Components, Voice of Atrak Network, North Khorasan.