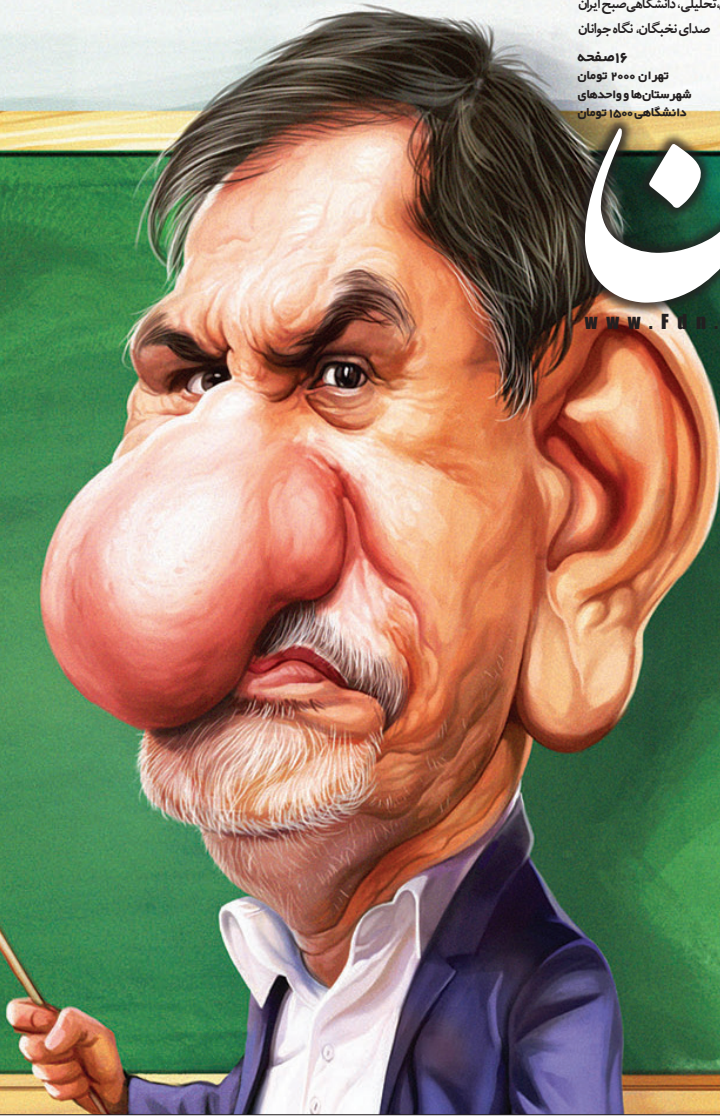


شما اصلا می دانید مدیریت چیه؟

رئیس جمهور به منتقدان گفته مدیریت بلد نیستید، به این بهانه بخشی از کارنامه اقتصادی دولت را یادآوری کردیم

روزنامه خبری تحلیلی، دانشگاهی صبح ایران
صدای نخبگان، نگاه جوانان
۱۶ صفحه
تیراژ ۴۰۰۰ تومان
شهرستان ها و واحدهای
دانشگاهی ۱۵۰۰ تومان

www.farhix.com | Thu | 19 Nov 2020 | vol.12 | No. 3186 | 16 Pages



درس اقتصاد استاد جهانگیری:

چگونه ارزش پول ملی را یک دهم کنیم؟
چگونه قیمت سکه را ۱۰ برابر کنیم؟
چگونه قیمت خانه را ۶ برابر کنیم؟
چگونه قیمت خودرو را ۷ برابر کنیم؟
چگونه تورم ۵۰ درصدی درست کنیم؟
چگونه میلیاردها دلار ارز ارزان را به فنا بدهیم؟

رای بدوی دادگاه تخلفات هفت سنگان صادر شد

فاز دوم برخورد با تخلفات درون قوه قضائیه



«فرهیختگان» گزارش می دهد

حضور دانشگاه آزاد در بشاگرد؛ نماد رویکرد جدید دانشگاه

«فرهیختگان» ۴۰ روز پس از درگذشت استاد شجریان و در گفت و گو با اهالی موسیقی بررسی کرد

آداب حفظ آواز ایرانی



واقعی ترین تصویر صداوسیما

چرا مهاجرت چهره‌هایی که در صداوسیما به شهرت رسیده‌اند به یک روال تبدیل شده است؟

رایه گردن بگیرد و از مدیران میانی تا مدیران بالایی سازمان توبیخ می‌شوند؟ چرا که نیروهای معتمد و انقلابی بیشتر به کسب مناصب مدیریتی رسیده‌اند اما آنان که عملاً آنتن را در اختیار دارند، بازیگران و مجریانی هستند که چندان درباره ارزش‌های سازمان یا حداقل برای ترویج این ارزش‌ها، دغدغه نداشته‌اند.

جریان فرهنگی هنری انقلابی، با اینکه در عرصه‌ای نظیر مستند توفیقات مهمی کسب کرده، تجربه تولیدات انیمیشنی نسبتاً خوبی داشته، در عرصه سینما نیز چند اثر قابل دفاع را عرضه کرده (اما تا شکل دهی به یک جریان راه‌داری رویه‌روی خویش دارد)، اما در عرصه «سرگرم کردن مردم» چه در قالب برنامه‌های ترکیبی و چه در قالب سریال‌های تلویزیونی تا به حال توفیق بسیار کمی داشته است و این عرصه را اولاً برای افرادی که در سرگرم کردن مردم تبحر دارند، باز کرده و ثانیاً توجیه خوبی به مدیران برای پرکردن آنتن توسط همین افراد می‌دهد. «تربیت» چنین نیرویی یکی از حلقه‌های مفقوده سازمان صداوسیماست.

تربیت در این فضا ضرورتی نیرویی در این رسانه آماده‌شده که مستند بر تنفسی که در فضای فرهنگ سازمانی کرده، بتواند به او اعتماد کرد (مسئله قبل) تا بدون دستور یا مدیریت بخشنامه‌ای به نحو احسن کار خود را انجام دهد. اهمیت مسأله آن وقت بیشتر روشن می‌شود که «جذب و حفظ و تربیت نیروهای انقلابی و کارآمد» یکی از چهار مطالبه رهبر معظم انقلاب از مدیر این سازمان در حکم انتصاب وی باشد و باز مسأله بیشتر ضرورت پیدا می‌کند، هنگامی که مشاهده کنیم در طول حدود پنج سال گذشته که از این حکم می‌گذرد، هیچ تلاش مبنایی برای ایجاد یا تغییر رویه‌های تربیتی سازمان صورت نگرفته است. دانشگاه صداوسیما نیز به جای موتور تامین «پویایی» برای سازمان، با ایجاد تعهد استفاده، هر روز بار سنگین‌تری از دیروز بر دوش سازمان صداوسیما می‌اندازد.

۲- فقدان ارتباط غیررسمی:

مدیریت در امر هنر، به‌شدت با مدیریت دیگر عرصه‌ها متفاوت است. بخشنامه، تشکیلات، دستور، تصویب و... ادبیاتی است که در ارتباط با هنرمندان و تهیه‌کنندگان جایی ندارد. آنچه باعث می‌شود تیم‌های خارجی بتوانند از نیروهای صداوسیما یاری‌گیری کنند طرح‌ریزی «دوستی» با آن‌هاست. امروز چند نفر از مدیران این سازمان با نویسندگان و کارگردان‌ها و بازیگران تا مجریان روی آنتن طرح دوستی ریخته و می‌توانند روابط خود را تا بعد از جدایی از منصب رسمی خود ادامه دهند؟ به نظر می‌رسد تعداد آنها به انگشتان دست نرسد. اگر تجارب موفق گذشته سازمان را نیز مرور کنیم، متوجه خواهیم شد که آنها را نیز برخی از همین مدیران قدیمی که روابط دوستانه و غیررسمی آنها بر روابط سازمانی و ساختاری غلبه داشت و امروز کمتر می‌توان شبیه‌شان را پیدا کرد، رقم زده‌اند. مدیری که روابطش با هنرمندان نه برای استفاده و نه برای «کار» باشد بلکه با آنها «زندگی» کند.

ایجاد روابط از گانیک، واقعی و متناسب با روحیه هنری و نازک هنرمندان یک ترجیح نیست، بلکه ضرورت و اقتضای مدیریت امر هنری است. وقتی به عقبه و سابقه بسیاری از هنرمندانی که به دام دشمنان افتاده‌اند، نگاه کنیم، جای یک رفیق و همراه را به‌شدت خالی می‌بینیم. «سنش پایین بود»، «جوگیر شد»، «ظرفیت شهرت نداشت»... و توجیهات پوچی است که اگر یکی از عوامل یا مدیران با این افراد ارتباط دوستانه و مؤثر داشتند یا اگر داشته‌اند، ادامه می‌یافت، هرگز شاهد این فرارها نبودیم.

صلاح نداند، خیر! یعنی این دوگانگی آنگاه بوی نامطبوعی می‌گیرد که پوشاندن شکست‌ها امری عادی تلقی می‌شود و در مواردی که آمارها به نفع سازمان نباشد یا منتشر نشده، یا با شهیدسازی با آمار (از جمله جازدن میزان «رضایت» به جای تعداد «مخاطب») حتی این شکست‌ها به‌عنوان پیروزی معرفی می‌شود!

مخلص کلام اینکه این قبیل مشکلات تا وقتی چندین تیم و شبکه با روابط مالی عجیب و غریب برای به‌تور انداختن جوانان خام یک‌شبه مشهورشده ما دارند، یا چند «پیگیری می‌کنیم» و «برخورده می‌شود» حل نمی‌شود، بلکه نیاز به یک بازبینی اساسی و تحول جدی در سازمان رسانه‌ای جمهوری اسلامی وجود دارد.

۹- مسأله از کجا آب می‌خورد؟

شاید اولین پاسخ به این سؤال انداختن تمام تقصیرها بر سر «دشمن» باشد و شانه خالی کردن از زیر بار مسئولیت اصلاح این اشکال. اما به نظر می‌رسد زمینه‌هایی که درون سازمان صداوسیما وجود دارد، باعث شده فضای آن قدر آماده باشد که ضعیف‌ترین رقبا نیز با چند وعده بتوانند به راحتی از نیروهای قدیمی آن یارکشی کنند.

۱- نبود پویایی:

سازمان صداوسیما با تمام تولیدات و خروجی‌ای که دارد، اما در سبک اداره، به‌هیچ‌وجه شبیه یک «رسانه» نیست. در رسانه خلاقیت‌های فردی مهم، نحوه تعامل مدیر با کارمندان متفاوت و فضای باز برای خلاقیت وجود دارد و به‌افراد برای انجام وظایف خود «اعتماد» می‌شود. در یک «اداره» اما تنها کارها به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم شده، بدون اینکه معلوم باشد نتیجه این کار روی خروجی رادیو یا تلویزیون چیست، بسیاری از کارمندان مشغول کارهای روتین و هر روزه هستند. «عدم مسئولیت‌پذیری»، «رها کردن کار» و «عدم نظارت» روی دیگر سکه پویایی است که زمانی رخ می‌دهد که اولاً مدیران به بهانه پویایی، به‌دنبال سبک کردن دوش خود از مسئولیت‌ها هستند و ثانیاً فرهنگ سازمانی و ارزش‌های آن در نیروها پذیرفته نشده باشد و در نتیجه زمانی که فرصت پیدا کند، به‌جای پیشبرد اهداف سازمان، برای آن هزینه ایجاد کند.

بزرگی و تعداد زیاد ادارات و کارمندان صداوسیما حتماً یکی از موانع مهم پویایی است، اما به نظر ریشه اصلی و نقطه کانونی مشکل نیست بلکه ریشه آن درونی نشدن فرهنگ موردنظر سازمان در نیروهایش است. سازمان باید با سازوکارهای مختلف، زمینه‌ای فراهم کند تا کسانی امکان و بستر رشد و ارتقای بیشتری داشته باشند که به ارزش‌های سازمان وفادارتر باشند. وقتی ارزش‌ها برای خود کارمندان نیز درونی نشده باشد، حتماً «دوگانگی» را پیشه خواهند کرد. علاوه بر این، بسیار دیده‌شده که افرادی در سازمان رشد می‌کنند که با کتاب‌ها و ضربه زدن به همین ارزش‌ها و با ایجاد «حاشیه»، مخاطب جذب کرده و بعد با تکیه بر مخاطب‌شان، مدیران نیز مجبور به دادن آنتن بیشتر به آنها شده و علی‌رغم عدم تعهدشان به فرهنگ سازمان رشد می‌کنند و این قاعده را بیشتر ثابت می‌کنند که «هر که لگدش (به ارزش‌های سازمان) بیشتر، رشدش بیشتر و تضمینی‌تر».

۲- تربیت نیرو:

چرا تکرار و رویکردهای مدیران از دفاتر طراحی و برنامه‌ریزی تا روی آنتن برسد این قدر دچار تغییر و تحول می‌شود که گاهی هیچ‌کس نمی‌خواهد مسئولیت آن

عباس قائمی

پژوهشگر هسته‌ای افکار عمومی مرکز رشد دانشگاه امام صادق

مشکل اساسی امروز صداوسیما جمهوری اسلامی ایران سازمان عریض و طویل، مدیریت ناموتر، عدم شفافیت در قراردادها، دستمزدهای نجومی برخی چهره‌ها، حاشیه‌های گاه و بیگاه کارشناسان، جایگزین شدن پروپاگاندا با خبررسانی، شاخ‌وشانه کشیدن باند‌های قدرت در سازمان... نیست! بلکه مشکل اصلی امروز این سازمان که روزگاری قرار بود به «دانشگاه عمومی» بدل شود، این است که به‌خط تولید سلبریتی‌های مجازی تبدیل شده است. سازمانی که آنقدر عریض و طویل، فشل و کند است که چند جوجه‌باز و خواننده می‌توانند به راحتی با چند سفارش و چند قرار پشت‌صحنه، بیایند و با نشان از از شهرت با آورده‌بندند و بعد چند روزی در فضای مجازی مردم را سرگرم حاشیه‌های زرد خود کنند و بعد درحالی که سهم‌شان از سایت‌های شرط‌بندی را می‌شمارند به ریش این سازمان با همه دبدبه و کبکبه‌اش بخندند. مسأله، این یکی دو جوجه زرد نیست، تبدیل شدن آن به روال اما رنگ خطر است.

ریشه اصلی شکل گرفتن این مهاجرت‌های گاه و بیگاه، نوعی دوگانگی است که به‌جزئی از فرهنگ این صداوسیما بدل شده است. متأسفانه عادت کرده‌ایم این دورویی را فقط زمانی ببینیم که بازیگری که با زور بخشنامه چادر سرش کرده بودیم، کشف حجاب کند. خبرنگاری که دره‌ای به‌شعارهایی که در دل خبرسازاری کرده، اعتقاد ندارد، تهیه‌کننده‌ای که به‌خاطر «رگ‌خواب» مدیر به فلان مسأله و موضوع پرداخته و آن کارمندی که به‌غیر از هنگامی که در اتاق فرمان دوربین‌ها را تنظیم می‌کند، حاضر نیست در خانه یک دقیقه تولیدات سازمان متبوعش را نگاه کند، همه و همه فراموش شده‌اند.

این غده‌های چرکین که امروز با حاشیه‌های خود سر ملت را گرم کرده‌اند، تنها علامت‌هایی از یک بیماری هستند که برخی بخش‌های سازمان را درگیر خود کرده است. نگرانی اصلی این نوشته این است که مشکل به‌چند «مورد» یا تقصیر تهیه‌کننده اثر یا حتی باند مرموز و مافیایی که جوانان این چنینی را می‌فریبد و به دام خود می‌اندازد، تقلیل داده نشود. احتمالاً از فردا بخشنامه‌ای صادر شده، یک اداره یا چند مدیر میانی و بالایی تشکیل داده شده، چند کارمند به کارمندان از پیش‌زیادی این سازمان اضافه می‌شود که «بنشینید و پرونده تک‌تک این بازیگران و کارشناسان و میهمانان این برنامه‌ها و عوامل همه فیلم و سریال‌ها را در تک‌تک شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و ماهواره‌ای-که روزانه چند ۱۰ روز نقری می‌شوند- بررسی کنید» و این چنین است که عاقبت سرکنگبین سرفراز فرد...

شاید با فساد بتوان راحت‌تر از «دوگانگی» مبارزه کرد، چرا که فساد رذیله دارد، اما دوگانگی می‌تواند مثل موربانه از درون یک کشتی را به عمق دریا بکشد. اقتضات کنونی این سازمان، بدنه مدیران و فضای حاکم بر بسیاری از بخش‌ها، نحوه تعامل با هنرمندان و تولیدکنندگان، بستر اصلی تولید این ربا‌کاری است. این بدیده در هر سطح نیز به یک شکل بروز می‌کند. جوانان جوانی نام به‌دنبال «شهرت»، تهیه‌کنندگان به‌دنبال ثروت و مدیران نیز به‌دنبال تولید بیلان کاری و نمایش موفقیت، از همین روست که نه‌تنها این سازمان نیازی به پاسخگویی در مورد عملکرد خود به دیگر نهادها نمی‌بیند بلکه عملکرد خود را نیز خودارزایی کرده و هنگامی که صلاح بداند مثلاً میزان مخاطبان سریال‌هایش را منتشر می‌کند و هنگامی که

سر مقاله

رسانه ملی

و فرصت‌سوزی‌های بزرگ



محمد امین ایمانجانی

مدیر مسئول

هفته گذشته سالروز شهادت اسطوره علم و عمل، پاسدار خط مقدم اقتدار و امنیت سردار شهید حاج‌حسن طهرانی مقدم بود، مردی که سال‌ها در عین افتخار آفرینی گمنام زیست تا به شهادت رسید، چندی قبل در میان خاطرات مرحوم هاشمی‌فسنجانی تورق می‌کردم دیدم حتی در نظر ایشان هم که معمولاً غیر از خود و حلقه نزدیکان کمتر از کسی تعریف و تمجید می‌کرد از شهید طهرانی مقدم به نیکی یاد شده است.

جنس کار حاج‌حسن به‌نوعی شبیه سردار دل‌ها حاج‌قاسم سلیمانی بود، اولاً هر دوی مسئولیت‌ها از جنس امنیت آفرینی برای همه مردم بود ثانیاً دارای پیچیدگی‌های فراوان داخلی و بین‌المللی بود، این را شاید کمتر کسی بدانند اما جنس کار حاج‌حسن هم علمی بود و هم دیپلماتیک، کسب تجربه و انتقال دانش سرتگ موشکی کاری بود کارستان که شهید طهرانی مقدم به‌خوبی و با درایت فراوان آن را انجام داد.

طهرانی مقدم و پرورده‌های بزرگی که او انجام داد از جنبه نوع نگاه به علم هم ممتاز بود، او ثابت کرد علم به ما هو علم خصوصاً اگر جزء علوم لاینفع باشد جستش کاری عبث است، طهرانی مقدم علم را برای پیشرفت و امنیت می‌خواست و آن را یافت. در کنار ویژگی‌های نگرشی و مدیریتی او سلوک فردی‌اش هم به‌شدت جذاب و قابل‌تأمل بود، طهرانی مقدم از نسلی بود که می‌توانست با جوانان امروز حرف بزند از دانش بگوید از هیات بگوید و حتی از فوتیال.

همه این مقدمه‌ها را گفتم تا به یک نکته برسیم آن هم اینکه ما چگونه اینچنین اسطوره‌هایی را که آورده ملموس و عینی هم برای جامعه دارند در رسانه‌هایمان بازنمایی می‌کنیم، خودبند به‌عنوان یک فرد رسانه‌ای باید بگویم بسیاری در این امر کوتاهی کرده‌ایم و جز ماندن در برخی کلیشه‌ها کار خاصی انجام ندادیم. البته این وسط رسانه ملی با مسئولیت بیشتر و امکانات فراوان شاید بیشتر از همه ما در مظان اتهام باشد به‌خاطر نمی‌آورم صداوسیما کار جدی و غیرکلیشه‌ای در زمینه معرفی زیست این شهید انجام داده باشد، حتی بعد است تدارکی هم برای یک کار تصویری فاخر دیده شده باشد.

البته چند روز بعد از شهادت این عزیز، رئیس وقت سازمان که خود سابقه فعالیت در زمینه موشکی هم دارد در تلویزیون و در بهترین ساعات تریبون یافت و از خاطرات و دفتر‌اش با شهید گفت اما کار جدی غیرشخصی دیگری من ندیده‌ام. غیر از این کم کاری بعضاً کارهایی هم انجام شده است که امکان دارد سبب تکرار خانواده شهید و دوستداران انقلاب هم شده باشد. نمونه‌اش گفت‌وگوی جناب رضوانی خبرنگار محترم واحد مرکزی خبر که بعضاً کارهای خوبی هم انجام داده و مورد هجمه ضد انقلاب هم واقع شده است، با خانواده شهید طهرانی مقدم بود.

متأسفانه در جویی از این مصاحبه سوسالی پرسیده شد که با وجود پاسخ هوشمندانه دختر شهید، اصل سؤال مورد سوءاستفاده شبکه‌های مغرض مانند من‌وتو و... هم واقع شد، سؤال از دوگانه موشک یا خانواده کمی کج‌سلیقگی بود از رسانه‌های معارض که عوامل‌شان نان در خون می‌زندن توقعی نیست اما صداوسیما می‌تواند کاری کند که این اشتباه جبران شود.