

پایان نامه بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها

از دانلود فایل مطمئن هستیم

دسته: علوم انسانی

فرمت فایل: doc

حجم فایل: 81 کیلوبایت

تعداد صفحات فایل: 134

پایان نامه بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها

(مقدمه

خبرگزاری ها منبع تغذیه مطبوعات و در سال های اخیر، خود در حال فراگیر شدن به مثابه یک رسانه جمعی هستند.

در کشور ما علی رغم این که اینترنت همپای کشورهای غربی در میان مردم نفوذ پیدا نکرده، اما به هر روی روز به روز شاهد گسترش این وسیله ارتباطی در میان اقشار مختلف مردم هستیم که با توجه به سرعت این نفوذ می توان تصور کرد که در آینده ای نزدیک - که بیش از چند سال نخواهد بود - اینترنت، گسترشی در حدود یک رسانه همگانی پیدا کند و به تبع این مساله، خبرگزاری ها نیز به رسانه ای تبدیل شوند که مردم، برای دسترسی به اخبار روز، مستقیماً به آنها مراجعه کنند.

علاوه بر این در سال های اخیر و پس از تاسیس خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) به عنوان دومین خبرگزاری ایران پس از حدود 60 سال، شاهد تاسیس آژانس های خبری متعددی بوده ایم که هر کدام شامل مجموعه بزرگی از عوامل انسانی، از جمله خبرنگاران هستند.

مجموعه این عوامل، به علاوه اهمیت و رسالت رسانه ها در یک جامعه متمدن، لزوم توجه به خبرنگاران خبرگزاری ها به عنوان ارکان اصلی جمع آوری و ارسال اخبار را خاطر نشان می کند. این توجه را می توان شناخت و فراهم کردن ابزارهای انگیزش خبرنگاران برای انجام کار بهتر دانست. به طور کلی، انگیزش را می توان به عنوان نیروی محرک فعالیت های انسانی و عامل جهت دهنده آن تعریف کرد. عوامل انگیزشی عموماً به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم می شوند که در مورد موضوع این تحقیق، مهم ترین این ابزارها و عوامل در اختیار مدیران خبرگزاری هاست، چه در مواردی که به ابزارهای انگیزشی مادی مربوط می شود و چه ابزارهای انگیزشی معنوی.

در واقع توجه به این که چه عوامل و ابزارهایی می تواند باعث ترغیب و انگیزش خبرنگاران برای صرف وقت، انرژی و دقت بیشتر و در نتیجه، ارائه اخبار با کیفیت بالاتر شود بیش از همه می تواند مورد توجه مدیران خبرگزاری ها واقع شود تا با شناخت نیازهای خبرنگاران خود، زمینه پیشرفت خبرگزاری متبوعشان را فراهم کنند و از سوی دیگر تا حدی امنیت مادی و روانی قشری را فراهم کنند که از کمترین امنیت شغلی در جامعه ما بهره مند است.

(2) طرح مساله و تعریف موضوع

پاسخ به این سوال که «چه ابزارها و عواملی باعث انگیزش خبرنگاران خبرگزاری ها برای فعالیت بهتر و در نتیجه، ارائه اخبار صحیح تر و دقیق تر و به یک معنا، ارتقاء کیفی اخبار می شود» مساله اصلی این تحقیق است.

برای پاسخ به این سوال، چهار خبرگزاری کشور بر اساس اولویت تاریخ تاسیس انتخاب شده اند. خبرگزاری، یک سازمان خبری است که وظیفه و مأموریت آن، جستجو، تحقیق، جمع آوری و تنظیم اطلاعات و پیام هایی است که ضرورتاً باید آنها را در مرکزی انباشت نماید و سپس این اخبار را به مشتریان خود (روزنامه ها، رادیوها، تلویزیون ها، مراکز اقتصادی و سیاسی

و ...) ارسال کند. (ژان لویی، سروان شرایبر، «نیروی پیام»، (تهران، سروش 1371)

این تعریف را می توان این گونه تکمیل کرد که امروزه آحاد مردم نیز به مشتریان خبرگزاری ها افزوده شده اند و در واقع این، تنها رسانه ها نیستند که به عنوان واسطه، اخبار خبرگزاری ها را به مردم می رسانند بلکه بسیاری از مردم از طریق شبکه اینترنت به طور مستقیم از اخبار خبرگزاری ها استفاده می کنند و بنابراین حیطه مشتریان خبرگزاری ها بسیار گسترده تر شده و روز به روز نیز در حال گسترش است.

با توجه به این موارد، اخبار ارسالی بروی خروجی خبرگزاری ها از اهمیت بسیاری برخوردار است و از آنجا که عوامل اصلی تامین کننده این اخبار، خبرنگاران هستند، به نظر می رسد تامین ابزارها و عوامل انگیزشی برای آنها جهت ارائه ی اخباری با کیفیت بالا از مهمترین مواردی است که باید مورد توجه مدیران خبرگزاری ها قرار بگیرد، چرا که تامین این ابزارها عمدتاً بر عهده و در حیطه اختیارات آنهاست. این تحقیق قصد دارد علاوه بر شناسایی ابزارهای انگیزشی خبرنگاران از دیدگاه خود آنها، وجود یا عدم وجود این ابزارها در خبرگزاری های مورد بررسی و میزان رضایت خبرنگاران این ابزارها را نیز مورد توجه قرار دهد.

(3) بیان ضرورت و اهمیت موضوع

در دنیای امروز نقش وسایل ارتباط جمعی در همه شوون زندگی اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و حتی فردی غیرقابل انکار است.

در تمامی متون علم ارتباطات معمولاً از چهار وسیله ی مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما به عنوان وسایل ارتباط جمعی نام برده می شود که در ده ه های اخیر با توجه به کاهش شدید نقش خبری سینما، سه وسیله ی مطبوعات، رادیو و تلویزیون را می توان وسایل ارتباط جمعی اصلی دانست. در این میان نامی از خبرگزاری به عنوان یک وسیله ارتباطی برده نمی شود. در این تحقیق سعی شده است بر اساس دلایل مستند ثابت شود که خبرگزاری به عنوان منبع تغذیه ی دیگر رسانه ها، خود یک وسیله ارتباط جمعی است که در فصل های بعد در این مورد توضیحات کاملی داده شده است. اما آن چه در این بحث قابل طرح است این که اگر خبرگزاری را یک سازمان خبری بدانیم که وظیفه اش جمع آوری و ارسال اخبار است و به عنوان یک وسیله ارتباط جمعی نقش موثری در جامعه ایفا می کند، شاید بتوان مهم ترین رکن این رسانه را خبرنگاران دانست، کسانی که از ابتدایی ترین مرحله تا نهایی ترین آن - به جز ارسال اخبار روی سایت - در جریان این روند، تاثیر گذارند. خبرنگاری از جمله مشاغل سخت دنیا تعریف شده است و از این رو شاید بتوان گفت خبرنگار، نسبت به شاغلین حرفه های دیگر به عوامل

برانگیزاننده ی بیشتری برای فعالیت خود همان تهیه اخبار است، احتیاج دارد؛ عواملی که هم از جنبه ی درونی و معنوی و هم از نظر بیرونی و مادی قابل بررسی است. از این رو این که خبرنگاران، چه عوامل و ابزارهایی را باعث پیشرفت در کارشان، یعنی ارتقاء کیفی اخبار می دانند و این که این ابزارها تا چه میزان در خبرگزاری های مورد بررسی - به عنوان نمونه ای از خبرگزاریهای موجود در کشور - وجود دارد دو مقوله ای که اهمیتشان با توجه به مباحث مطرح شده، روشن است، با این تاکید که بیشترین کاربرد شناخت این مساله، برای مدیران خبرگزاری هاست.

4) تشریح فرایند تاریخی موضوع

آن چه تا به حال در مورد مبحث انگیزش در زمینه ارتباطات مطرح شده بیشتر مربوط به مخاطبان وسایل ارتباط جمعی بوده است؛ و بررسی ابزارهایی که می تواند باعث انگیزش خبرنگاران برای ارائه اخبار با کیفیت هرچه بیشتر شود، تا به حال مورد توجه قرار نگرفته است.

با توجه به آن چه در قسمت ضرورت و اهمیت موضوع بیان شد، به نظر می رسد بررسی و تامین نیازهای انگیزشی خبرنگاران، برای ارتقاء کیفی اخبار و در نتیجه، بالا رفتن کیفیت اخبار به طور کلی از اهمیت بسیاری برخوردار است.

در مورد موضوع این تحقیق، در بررسی هایی که نگارنده انجام داده است، با وجود تعدادی تحقیق در مورد خبرگزاری ها، به عنوانی که ارتباطی با موضوع این تحقیق داشته باشد برخورد نکرده است.

5) اهداف تحقیق

خبرنگاران، اصلی ترین ارکان تهیه خبر هستند که شناختن و تامین ابزارهایی که انگیزش آنها را در جهت ارتقاء کیفیت اخبار بیشتر کند، می تواند بر روند اطلاع رسانی که یکی از پایه های توسعه هر کشوری است، تاثیر بسزایی داشته باشد.

هدف از این تحقیق، از سویی شناختن ابزارهایی است که از نظر خود خبرنگاران برایشان انگیزه ایجاد می کند که کیفیت کار و در واقع کیفیت اخبارشان بالا رود، و از سوی دیگر آشنا کردن دست اندرکاران، بخصوص مدیران خبرگزاری ها با عوامل و موانع پیشرفت خبرگزاری متبوعشان در امر اطلاع رسانی است.

از دیگر اهداف این تحقیق می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- شناخت میزان رضایت خبرنگاران از حرفه خود.
- شناخت میزان رضایت خبرنگاران از محیط کاری، روش های مدیریتی، درآمد و امکانات رفاهی خود.
- میزان وجود ابزارهای انگیزشی در هر کدام از خبرگزاری های مورد بررسی.
- مقایسه خبرگزاری ها از لحاظ دارا بودن بیشترین و کمترین ابزارهای انگیزشی برای خبرنگاران.

عبارات کلیدی

- پایان نامه بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها
- پایان نامه بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها
- مقاله بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها
- پروژه بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها
- تحقیق بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها
- دانلود پایان نامه بررسی ابزار و عوامل افزایش انگیزه خبرنگاران در خبرگزاری ها

از دانلود فایل مطمئن هستیم

محتوای مرتبط

- پایان نامه بررسی دیدگاههای خبرنگاران
- پروژه رابطه میان رضایت شغلی...
نرم افزار در نجف نسخه 1.7
- عوامل انگیزش خبرنگاران برای فعالیت...
پژوهش عوامل انگیزشی خبرنگاران...
وب سایت خبرگزاری با (Asp.Net مستند کامل...
پایان نامه چه ابزارها و عواملی باعث...
مبانی نظری و پیشینه پژوهش انگیزش و...
بررسی افزایش انگیزه و پیشرفت تحصیلی...
بررسی رابطه تحقیق و پژوهش و افزایش...
پایان نامه بررسی عوامل ایجاد انگیزه...
پایان نامه بررسی عوامل مختلف در رابطه
روش های تدریس تاریخ و افزایش...
روش های تدریس تاریخ و افزایش انگیزه...
بررسی عوامل مختلف در رابطه با کاهش...