

سامانه‌ی مدیریت کیفیت در رسانه

دانشکده صدا و سیما
گروه مهندسی رسانه
سید مرتضی موسویان



سامانه ی مدیریت کیفیت در رسانه

ISAS BC 9001:2003

پیشگفتار

در سال 2001 انجمن جهانی رادیو و تلویزیون¹ طرحی راهبردی جهت تهیهی استاندارد برای رسانه، در دستور کار خود قرار داد. این نهاد بین‌المللی در سال 2003 سری استاندارد BC-2003:9001² را مبتنی بر بهترین فنون و تجربیات صنعت جهانی رسانه بر پایه‌ی بررسی و بازدید در پنج کشور کانادا، کلمبیا، هند، سوئیس و آفریقای جنوبی بنا نهاد. بر مبنای این استاندارد آنچه بایستی معیار ارزیابی رسانه‌های الکترونیکی (رادیو، تلویزیون و اینترنت) بر حسب محتوا، ساختار و زیرساخت باشد، سهم آنها در رشد اجتماعی و مردم‌سالاری (دینی) است. نکته‌ی قابل توجه در این سری استانداردها محدوده‌ی اختیار و قابل انعطاف آن است که این امکان را به سازمان‌ها می‌دهد که بر اساس اهداف، الزامات، ساختار و مجموعه‌ی قوانین خود چنان فرآیندهای سازمانی را طراحی کنند که در نهایت اهداف طرح‌ریزی شده حاصل شوند. یعنی ما می‌توانیم در کشور خود استانداردهای خاص رسانه‌ی ملی جمهوری اسلامی ایران داشته باشیم، بطوریکه استقرار این سامانه به شکل بومی در دستیابی رسانه‌ی ملی به توسعه‌ی کیفی نقش اساسی داشته باشد.

¹ The World Radio and Television Council(WRTVC)

² در بخش پیوست ها اطلاعات کامل مربوط به این استاندارد آمده است.

- بنیاد جامعه و رسانه¹ در سال 2002 در ژنو و با پشتیبانی سازمان‌های زیر، پایه‌ریزی استاندارد کنترل کیفیت در رسانه را نهایی کرد:
- 1 بنیاد خیریه هسو بونکا² توکیو
 - 2 یونسکو پاریس
 - 3 دفتر فدرال ارتباطات شهر برن³
 - 4 اداره همکاری توسعه شهر برن⁴

استاندارد ISAS BC 9001 بر اساس روش بهترین تجربیات در صنعت رسانه تعریف شد. استاندارد یاد شده با بررسی که در پنج کشور (کانادا، کلمبیا، هند، آفریقای جنوبی و سوئیس) و با تشکیل سه کار گروه تخصصی در هر یک از این کشورها، انجام گردید، پایه‌گذاری شد. گروه‌های یاد شده به صورت موازی کار خود را انجام دادند و جمع‌بندی حاصل از فعالیت این سه گروه با استفاده از روش مقایسه میانگین و بهترین تجربیات⁵، صورت گرفت.

این استاندارد قصد دارد به سوال اساسی زیر پاسخ دهد:

معیارهای ارزیابی رسانه‌های الکترونیکی (رادیو، تلویزیون و اینترنت) در زمینه محتوا، ساختار و زیر ساخت و همچنین همکاری آنها به منظور پیشرفت اجتماعی و مردم‌سالاری (دینی)⁶ در جامعه چه باید باشد؟

برای اطمینان از کاربردی بودن نتایج بدست آمده، پیاده‌سازی استاندارد در هر یک از کشورهای هدف، پیگیری شد. روش بکارگرفته شده با الهام گرفتن از روش معروف پرفسور جی رو و شیبای⁷ در ژاپن اجرایی شد و برای اطمینان بررسی فراگیر و دقیق از نیازهای سه ذینفع بزرگ راجع به سنجش‌های ارزیابی است:

- گروه 1: تهیه کنندگان (متصدیان رادیو، تلویزیون و حرفه ای ها)
- گروه 2: کاربران (نماینده های شنوندگان)
- گروه 3: خبرگان (قانون گذاران ، روزنامه نگاران مطبوعات نوشتاری ، فیلسوف ها ، جامعه شناسان و غیره...)

¹ Media & Society Foundation

² HOSA BUNKA

³ OFCOM

⁴ DCC

⁵ Best Practice

⁷ Jiro and Shiba

⁶ مترجم: در کشور جمهوری اسلامی ایران

افرادی که در تهیه این ساختار استاندارد نوین بین المللی در پنج کشور هدف همکاری کردند در جدول زیر آمده است:

جدول 1: مشارکت کنندگان در کشورهای هدف

نام کشور	همه‌کنندگان	کاربران	تهیه کنندگان	خبرگان
کانادا	<ul style="list-style-type: none"> • Micheline VAILLANCOURT • Carole BOISVERT 	<ul style="list-style-type: none"> • Dominic CYR • Anne FRADETTE • Jacques POIRIER • Jules PATENAUDE • Jacques CHAMBERLAND 	<ul style="list-style-type: none"> • Denis PELLERIN • Louise LENTEIGNE • Jean-Claude LABRECQUE • Jean HEBERT • Lucie LALUMIERE 	<ul style="list-style-type: none"> • Marc RABOY • Claude BEDARD • Lise CARDINAL • Daniel GIROUX • Diane LAFLAMME • Charles VALLERAND
کلمبیا	<ul style="list-style-type: none"> • Prof. Ana Maria MIRALLES 	<ul style="list-style-type: none"> • Victor DAZA • William DOUSDEBES • Pablo Emilio TORRES • Myriam VELASCO • Carlos CORDOBA • Hugo GONZALEZ • Daniel BERNATE • Manuel ESTEVEZ 	<ul style="list-style-type: none"> • Clemencia CHIAPPE • Amparo PEREZ • Mauricio MIRANDA • Ana Cristina NAVARRO • Kathy OSORIO • Daniel CORONEL • Alvaro OSORIO • Fernando RAMIREZ 	<ul style="list-style-type: none"> • Fernando CALERO • Patricia TELLEZ • Omar RINCON • German MUNOZ • Luis Fernando GUTIERREZ • Luz Amalia CAMACHO
هند	<ul style="list-style-type: none"> • Dr. Hara Prasad Pathy 	<ul style="list-style-type: none"> • Padma SEN • Aparna DEBNALH • Shiv DAYAL • Mohan LAL • Shapuntala GUPTA • Sunil GUPTA 	<ul style="list-style-type: none"> • P.S. MURTY • M.S. RUGMINI • Y.K. SHARMA • T. DOLKAR • Noreen NAQVI • Rattan SALDI • N.S. MAROD 	<ul style="list-style-type: none"> • P.N. VASANTI • Prof. Devesh KISHORE • Divya RAINA • Madhu MALTI • Jyoti Pati DHRUBA • A.R. KRISHNAMURTHI • B.R. CHALAPATHIRAO
آفریقای جنوبی	<ul style="list-style-type: none"> • Sherelle SCHMULIAN 	<ul style="list-style-type: none"> • Sharon KOTTLER • Christoff BLAAUW • Jolandé NEL • Lumumba SIBAYA • Angy HAMMOND 	<ul style="list-style-type: none"> • Zwelli MTHEMBU • Zamambo MKIZE • Sherelle SCHMULIAN • Dorothy VAN TONDER • Judi NWOKEDI • Helen GRAHAM • Lesley NTLOKO 	<ul style="list-style-type: none"> • Peet VAN STADEN • Chris BISHOP • Masa Khane NGE ANGATA • Manasseh MORAPEDI • Ben RAKUBU
سوئیس	<ul style="list-style-type: none"> • Yasmine RICHARDET 	<ul style="list-style-type: none"> • Benoit DUBUIS • Dominique DESMANGLES • Ilona PONGRACZ • Gilles Emmanuel TRUTAT • Caroline GUEISSAZ • Michel DOUSSE • Berthe JULLERAT 	<ul style="list-style-type: none"> • Gilles MARCHAND • Gérald TSCHOPP • Pascal SCHOUWEY • Bernard BARUT • Costa HARALAMBIS • Isabelle BINGGELI 	<ul style="list-style-type: none"> • Peter TSCHOPP • Alain MODOUX • Marie-Hélène MIAUTON • Charly SCHWARZ • Pierre SMOLIK • Nicolas HENCHOZ • Yves DACCORD

به منظور بهره برداری از نیروی کاری گروه‌های بالا، گروه مشاوره فنی دیگری مرکب از دوازده عضو تشکیل شد. این گروه به امر ایجاد سازگاری کامل میان نتایج و تسهیل و انطباق با استاندارد ISO 9001:2000، پرداخت. گروه مشاوره فنی در ادامه کار نگهدارای استاندارد را در بالاترین سطح ارتباط حرفه‌ای بعهده گرفت.

0 مقدمه

0-1 کلیات

تعاریف و مفاهیم

به منظور تفاهم مشترک در خصوص الفاظ، بعضی از تعاریف و مفاهیم مرتبط با سامانه‌ی مدیریت کیفیت به شرح زیر توصیف می‌شود که برای درک صحیح مطالب این استاندارد ضروری به نظر می‌رسد.

محصول¹: ماحصل انجام یک فرآیند شامل چهار طبقه خدماتی، نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و مواد فرآوری شده است.

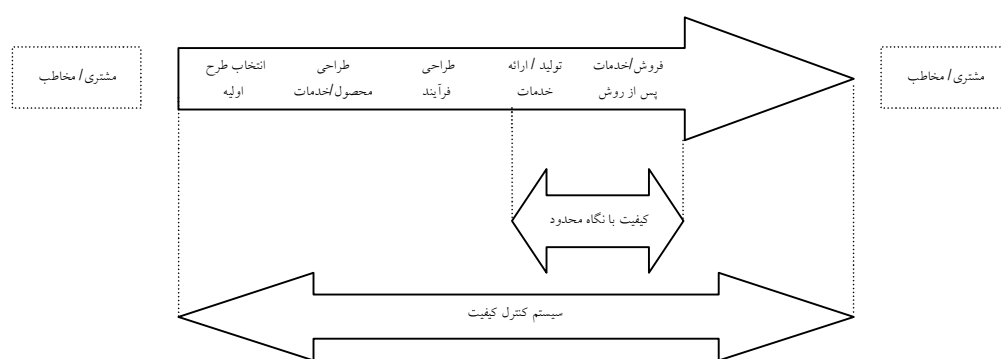
فرآیند²: مجموعه‌ای از فعالیت‌های مرتبط یا تأثیرگذار که ورودی‌ها را به خروجی‌ها تبدیل می‌کند.

کیفیت³: درجه‌ای از برآورده‌سازی الزامات توسط مجموعه‌ای از ویژگی‌های ذاتی (واژه‌ی کیفیت می‌تواند با توضیحاتی نظیر ضعیف، خوب یا عالی همراه باشد، اما محصول بی‌کیفیت نداریم).

مدیریت کیفیت⁴: فعالیت‌های هماهنگ برای جهت‌دهی و کنترل سازمان مرتبط با کیفیت.

بسطدهی مفهوم کیفیت: پیگیری مقوله‌ی کیفیت از اولین فرآیندهای کار تا آخرین فرآیندها، مطابق شکل

زیر.



شکل 1 سیستم مدیریت کنترل کیفیت

بخش‌های مدیریت کیفیت:

الف) طرح ریزی کیفیت: تنظیم اهداف کیفی و مشخص کردن فرآیندهای عملیاتی و منابعی که به برآورده‌سازی این اهداف/الزامات می‌انجامد.

ب) کنترل کیفیت: چگیری برآورده‌سازی الزامات کیفیتی.

ج) تضمین کیفیت: فراهم آوردن اطمینان لازم از اینکه الزامات کیفیتی برآورده می‌شود.

د) بهبود کیفیت: تلاش در جهت افزایش توانایی برآورده‌سازی الزامات کیفیتی.

اصول هشت‌گانه و مفاهیم بنیادین سیستم مدیریت کیفیت:

1. مشتری‌گرایی

¹ Product
² Process
³ Quality
⁴ Quality Management

2. راهبری (پیگیری وحدت در هدف، مسیر و محیط داخلی سازمان به منظور مشارکت کامل کارکنان برای دستیابی به هدف)
3. مشارکت کنندگان
4. رویکرد فرآیندگرا (وقتی منابع و فعالیت‌های مرتبط با آن به صورت فرآیندی اداره شوند، نتایج کاراتری به دست می‌آید).
5. رویکرد سیستمی مدیریت
6. بهبود مستمر
7. تصمیم‌گیری بر پایه‌ی اطلاعات تحلیل شده (نه حدس، گمان یا سلیقه)
8. ارتباط با تأمین کنندگان بر پایه‌ی منافع متقابل (بر پایه‌ی روش برد-برد)

سامانه مدیریتی استاندارد

پذیرش نظام مدیریت کیفیت، تصمیمی راهبردی است که مدیریت ارشد سازمان رسانه‌ای باید درباره آن نظر دهد. به وسیله نظام مدیریت کیفیت، این استاندارد، سامانه مدیریتی را در اختیار دارد که:

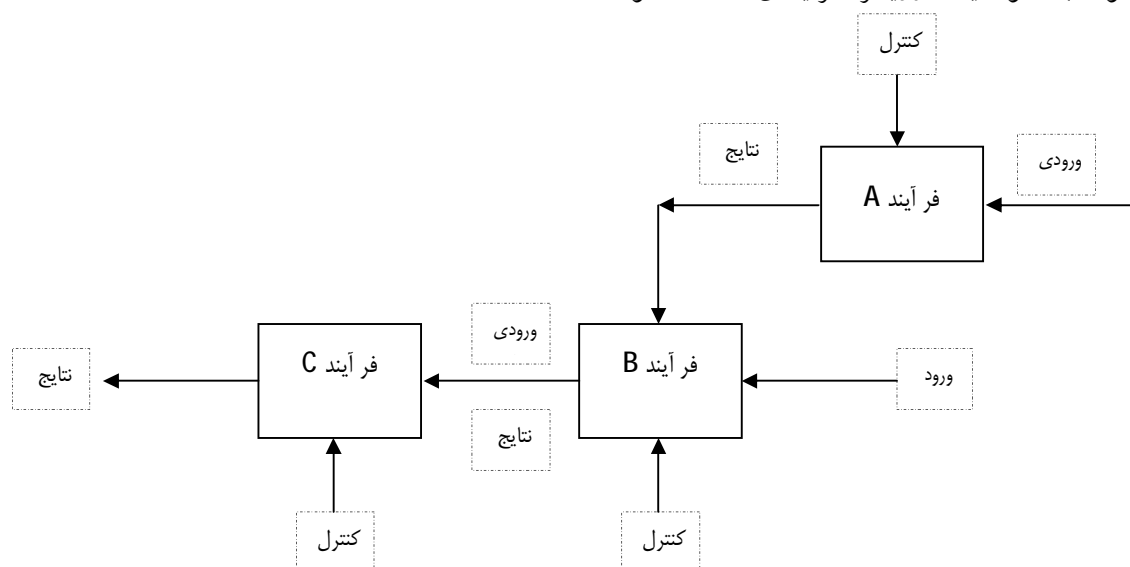
1. به صنعت رسانه اجازه می‌دهد تا سهم در خور ملاحظه‌ای از توسعه اجتماعی و مردمسالاری (دینی) را در محدوده جغرافیایی زیر نفوذ خود ایفا کند.
2. اهداف تکمیلی، مانند مدیریت اجتماعی، نفوذ اجتماعی، کیفیت محصول/خدمت، شناخت و توانمندسازی کارکنان را یکپارچه می‌سازد.
3. به نیازها و به خواسته‌های همه ذینفعان صنعت رسانه توجه می‌کند، از جمله:
 - الف - شنوندگان و بینندگان؛
 - ب - کارکنان سازمان رسانه؛
 - پ - سها مداران؛
 - ت - آگهی‌دهندگان / تبلیغات‌آندگان؛
 - ث - پیما نکاران فرعی؛
 - ج - شهروندان، جامعه شهری؛
 - چ - مرجع قانون‌گذاری ملی 1
 - ح - دولت؛
 - خ - مجلس؛
 - د - قوه قضاییه.

0-2 رویکرد فرآیندی

ISO همراستا با ملزومات استاندارد 9001:2000، رویکرد فرآیندی را (جهت اثربخشی نظام مدیریت کیفیت) اجرا، توسعه، بهبود و ترویج می‌دهد. در این رویکرد رضایت و انتظارات تمامی ذینفعان در نظر گرفته شده و در صدد افزایش است.

سازمان رسانه‌ای برای داشتن عملکردی اثربخش باید فعالیت‌های متعدد مربوط به هم را شناسایی و مدیریت کند. فعالیتی را که از منابع استفاده می‌کند و برای تبدیل ورودی به خروجی، مدیریت می‌شود، می‌توان به عنوان فرآیند در نظر گرفت. در بیشتر موارد، خروجی یک فرآیند، مستقیماً ورودی فرآیند دیگر را شکل می‌دهد.

کاربرد یک نظام از فرآیندها در یک سازمان رسانه‌ای، به همراه شناسایی فرآیندها و تعامل و مدیریت آنها می‌تواند به عنوان یک «رویکرد فرآیندی» قلمداد شود.



شکل 2 دیدگاه فرآیندگرا

مزیت رویکرد فرآیندی، فراهم آوردن زمینه و ابزار نرم برای کنترل، فرآیندها بصورت جداگانه و در ارتباط با یکدیگر را فراهم می‌آورد. بطوریکه ارتباط بین فرآیندهای مجزا را در درون نظام فرآیندی به خوبی ترکیب شده و موجبات تعامل آنها را فراهم می‌کند.

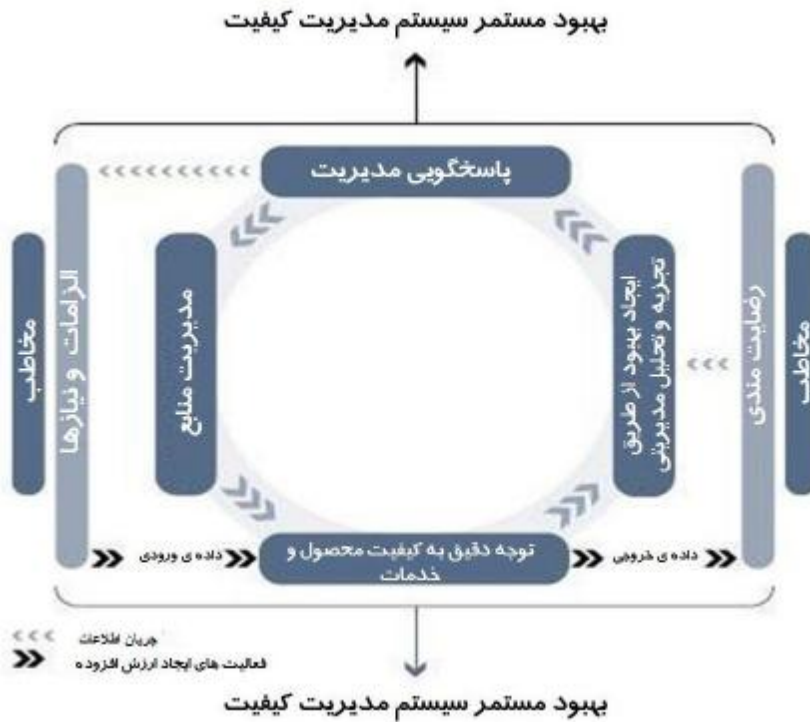
چنین رویکردی، هنگام استفاده در سامانه مدیریت کیفیت، بر اهمیت موارد زیر تأکید می‌نماید:

الف- فهم و تأمین الزامات؛

ب- نیاز به اینکه فرآیندها به منظور دستیابی به ارزش افزوده، مورد توجه قرار گیرند؛

ج- دستیابی به نتایج فرآیندهای کارا و اثربخش؛

د- بهبود فرآیندها مبتنی بر سنجش اهداف.
الگوی سامانه مدیریت کیفیت مبتنی بر فرآیند، در شکل زیر نمایش و ارتباطات فرآیندی میان اجزاء ارائه داده شده است.



شکل 3: الگوی سامانه مدیریت کیفیت مبتنی بر فرآیند

این تصویر نشان می‌دهد که مشتریان، مخاطبان و شهروندان در حوزه صنعت رسانه، نقش کلیدی را در تعریف الزامات به عنوان ورودی، ایفا می‌کنند. پایش مشتری، به ارزیابی اطلاعات همسطح با درک مشتری نیاز دارد تا دریابیم یا سازمان الزامات مشتری را تأمین کرده است، یا خیر. الگوی نشان داده شده در شکل استاندارد بین-المللی مطرح را پوشش می‌دهد، ولی به جزئیات فرآیندها نمی‌پردازد.

3-0 ویژگی های صنعت رسانه

روشی که در مدیریت برنامه‌ریزی، اجرا، بررسی و اقدام¹ را در یک چرخه مطرح می‌کند، در همه فرآیندها می‌تواند به کار گرفته شود. تعریفی که در این زمینه ارائه می‌شود عبارت است از:
برنامه‌ریزی: کسب اهداف و فرآیندها که برای دستیابی به نتایجی که مطابق با الزامات و نیازهای مخاطب، خط مشی‌های سازمان و الزامات و نیازهای جامعه،

¹ PDCA(Planning, Do, Control, Act)

اجرا: پیاده‌سازی فرآیند،

بررسی: پایش و سنجش فرآیندها و محصولات در برابر خط مشی‌ها، اهداف و ویژگی‌های محصول و گزارش نتایج؛

اقدام: اقدام برای بهبود عملکرد فرآیند،

در پژوهشی که در پنج کشور هدف توسط کمیته فنی انجام شد، به منظور تأمین نیازها و انتظارات تمامی ذینفعان یاد شده، شمار فراوانی از الزامات مختص به صنعت رسانه، شناسایی گردید. مواردی که در این استاندارد ارایه شده‌اند، عبارتند از:

الف - استقلال و شفافیت؛

ب - اصول اخلاقی و خط‌مشی‌ها؛

پ - نزدیکی به هویت‌های فرهنگی؛

ت - رضایت‌مندی مخاطبان؛

ث - قابلیت دستیابی به رسانه؛

ج - نوآوری و خلاقیت؛

در این بین موضوع‌های دیگری نیز که در ارتباط با محیط بیرونی و داخلی رسانه مطرح می‌باشند از نظر پژوهش انجام شده عبارتند از:

الف - کیفیت اطلاعات؛

ب - ارتباط اجتماعی؛

پ - کیفیت محتوا؛

ت - تنوع محتوا؛

ث - توانمندسازی شهروندان؛

ج - مأموریت آموزشی؛

چ - مشارکت و تعامل؛

ح - کثرت‌گرایی؛

خ - نگرش باز به دنیا؛

د - صلاحیت کارکنان رسانه؛

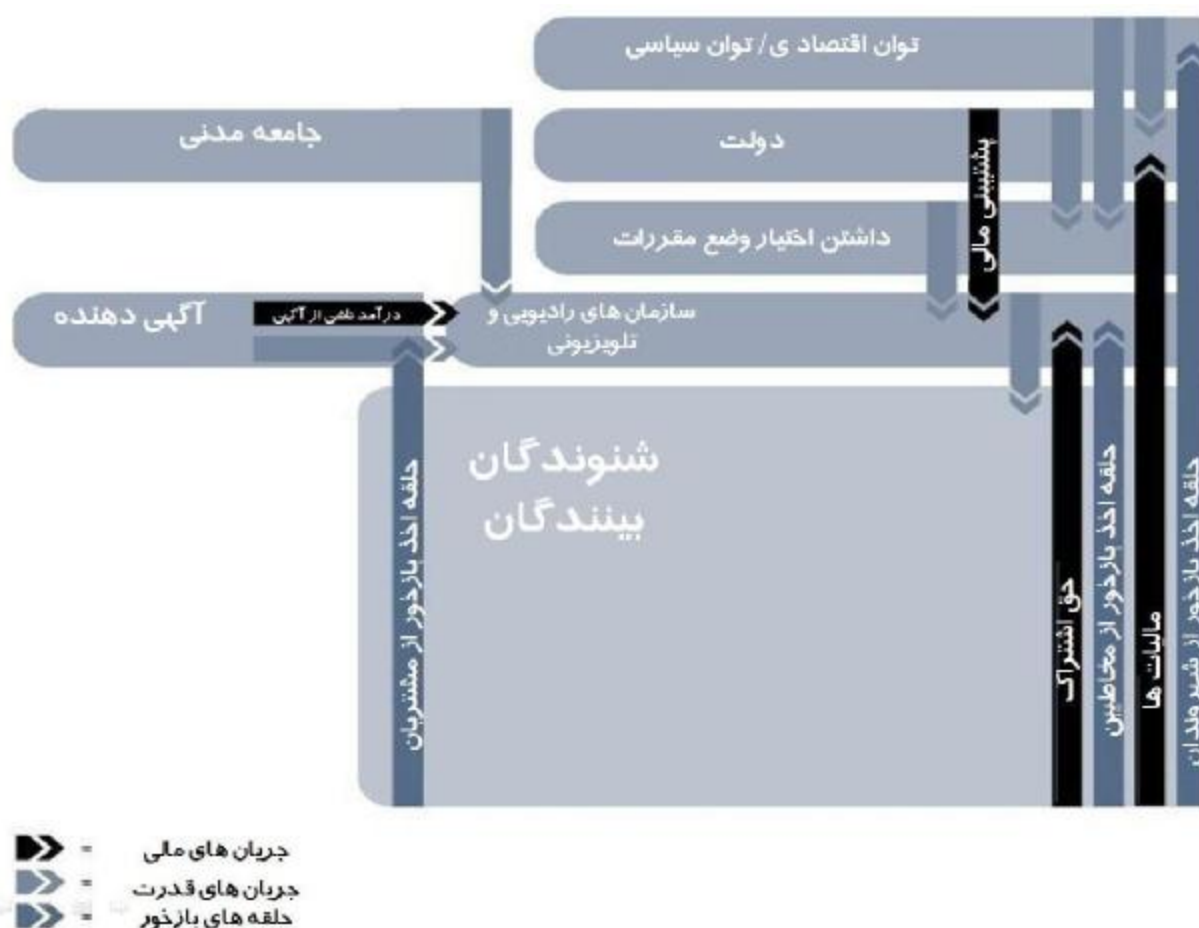
ذ - سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی مشترک؛

ر - مذهب؛

ز - زمانبندی برنامه‌ها؛

ژ - کیفیت تجهیزات.

شکل 2 الگوی کسب و کار و همچنین، پیچیدگی صنعت رسانه را نشان می‌دهد. این شکل، نمایشی آرمانی از ذینفعان عمده را که در صنعت رسانه درگیر شده‌اند و نیز تعاملات میان آنها را به نمایش می‌گذارد.



شکل 4 الگوی کسب و کار در صنعت رسانه

در بسیاری از کشورها، وضعیت واقعی با این شکل آرمانی ارائه شده، متفاوت است، مهم‌ترین عوامل این تفاوت عبارتند از:

1. وابستگی شدید رسانه به دولت که منبع مالی عمده، مهم و در بیشتر موارد، حیاتی آن‌ها به حساب می‌آید و از طریق اقدامات قانونی، سیاسی و مداخله مستقیم، به آنها فشار می‌آورد.
2. وابستگی قوی رسانه به آگهی‌دهندگان که منبع مالی مهم دیگری را تأمین می‌کنند و در صنایع رسانه‌ای خصوصی، پارامتری مهم به شمار می‌روند.

3. کم توجهی به رضایت‌مندی مخاطب که با توجه به تعریف برنامه خوب (برنامه خوب، برنامه‌ای است به وسیله بیشترین مخاطب، دیده یا سنجیده میشود) از نظرتعداد و کمیت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به شکل حلقه‌های بازخوردی که از مخاطبان و شهروندان به دست می‌آید، بسیار مفید بوده و تعیین‌کننده می‌باشند.

4. در مقابل، حلقه‌های بازخورد غیر رسمی دیگری که روی شکل نشان داده نشده‌اند، مانند حلقه‌ای که از آگهی‌دهندگان یا صاحبان رسانه به دولت می‌رود، نفوذ و قدرت بسیار بالایی دارند. این استاندارد بین‌المللی به فعالان رسانه و تمامی ذینفعان مرتبط کمک می‌کند تا از این نمونه متوازن کسب و کار الگو بگیرند.

0-4 انطباق با استاندارد ISO 9001:2000 و دیگر سامانه‌های مدیریتی

در متن استاندارد BC 9001:2003، به منظور تسهیل در استقرار استاندارد، ارجاعات بسیاری به ISO 9001:2003 به چشم می‌خورد. بطوریکه جملاتی دقیقاً از این استاندارد گرفته شده‌اند و بدون کمترین تغییری مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

برای هر سازمانی این امکان وجود دارد که سامانه و یا سامانه‌های مدیریتی کنونی خود را به منظور استقرار یک سامانه مدیریتی یکپارچه، با استاندارد BC 9001:2003 مطابقت دهد. به گونه‌ای که الزامات این استاندارد بین‌المللی را نیز برآورده سازد.

1- هدف و گستره عملکرد

1-1 کلیات

این استاندارد بین‌المللی، الزاماتی را برای یک سامانه مدیریت کیفیت مشخص می‌کند تا یک سازمان رسانه‌ای:

- الف- به هدف مشارکت در دموکراسی و توسعه اجتماعی برسد.
- ب- توانایی خود را برای فراهم آوردن مداوم محتوا برای رادیو، تلویزیون و اینترنت به اثبات رساند که الزامات مخاطبان و شهروندان را در کنار الزامات تنظیمی قابل استفاده، برآورده سازد.
- ج- به هدف افزایش رضایت‌مندی ذینفعان از طریق کاربرد اثربخش، شفاف و مستقل سامانه دست یابد، از جمله: با داشتن فرآیندهایی برای بهبود مستمر سامانه و تضمین انطباق با الزامات ذینفعان و تنظیمات قابل استفاده.

1-2 کاربرد

تمامی الزاماتی که این استاندارد بین‌المللی ذکر کرده است، به صنعت رسانه اختصاص دارد و در پی اطمینان یافتن از قابلیت کاربرد در همه سازمان‌های رسانه‌ای و تأمین‌کنندگان آنها فارغ از نوع (فعالان رسانه رادیو و تلویزیون و تهیه‌کنندگان محتوای اینترنت)، وضعیت (دولتی یا خصوصی، رایگان یا حق اشتراک)، اندازه و برنامه‌ها تهیه شده‌اند. هر جا که الزام (یا الزاماتی) از این استاندارد بین‌المللی به دلیل ماهیت سازمان رسانه‌ای و محصول آن نتواند

اجرا شود، می‌تواند به عنوان استثناء مطرح شود. مانند الزامات استاندارد ISO 9001:2000 هر جا موارد استثناء معرفی می‌شود، نمی‌توان ادعای انطباق با استاندارد بین‌المللی داشت، مگر اینکه این موارد استثناء، محدود به الزامات باشند و چنین موارد استثنایی، توانایی یا مسئولیت سازمان را برای تولید محصولی که مشتری، شهروند و الزامات تنظیمی قابل استفاده را برآورده می‌کند، تحت تأثیر قرار ندهد.

فعالان رسانه و تهیه‌کنندگان محتوای اینترنت که در زمینه محتوایی تخصصی فعالیت دارند و نمی‌توانند هدف‌های کلی این استاندارد را تأمین کنند (مانند هزینه‌نگاری یا تبلیغات نفرت و انزجار)، صلاحیتشان برای دریافت این گواهینامه پذیرفته نمی‌شود.

2 - مراجع تجویزی

مستندات تجویزی زیر دربردارنده شرط‌هایی است که با ارجاع به آن در این متن، شرط‌های این استاندارد بین‌المللی را تشکیل می‌دهند. هرگونه ارجاعی به اصلاحات و تجدید نظرهای نسخه‌های قبلی این استاندارد، شامل این استاندارد نمی‌شود.

ISAS. خود را با ملزومات نسخه‌های آینده استانداردهای بین‌المللی که در صلاحیتش باشد، تطابق می‌دهد. این موارد به طور آنلاین در پایگاه اینترنتی www.isasgroup.com در دسترس است.

3 - واژگان و تعاریف

برای تبیین هدف‌های این استاندارد بین‌المللی، واژگان و تعاریف‌های بسیاری ارائه شده است که در استاندارد ISO 9001:2000 به کار می‌روند. در همین راستا واژگان زیر نیز تعریف شده‌اند:

3-1 **فعال رسانه:** اپراتور رادیو، تلویزیون یا پایگاه اینترنتی.

3-2 **تهیه‌کننده محتوای اینترنت:** تهیه‌کننده محتوای اینترنت که یا به طور مستقیم در ارتباط با برنامه‌های رادیو یا تلویزیون است یا هدف‌های مشابهی را در زمینه اطلاعات، سرگرمی و آموزش دنبال کند.

3-3 **آگهی دهنده و حامی مالی:** سازمان بیرونی که تبلیغات رسانه‌ای را از فعال رسانه خریداری می‌کند.

- 3- 4 **مخاطبان:** بینندگان تلویزیون، شنوندگان رادیو و کاربران اینترنتی علاقه‌مند به محتویات شبکه .
- 3- 5 **دموکراسی (مردم سالاری دینی):** یک ساختار سیاسی که موارد زیر را مجاز بر می‌شمرد:
- الف - تغییرات اجتماعی دموکراتیک و مسالمت‌آمیز؛
- ب - نظارت بر آنهایی که در مصدر قدرتند؛
- ج - حق شهروندان برای شرکت در تصمیم‌گیری‌های سیاسی؛
- د - شناسایی دیدگاه‌های مخالف که به واسطه آن، جامعه می‌تواند به یکدلی برسد.
- 3- 6 **توسعه و رشد اجتماعی:** بهبود شرایط زندگی به واسطه محیط اجتماعی که با شاخص‌های توسعه انسانی UNDP (امید به زندگی بر اساس جنسیت، نسبت سوادآموزی بزرگسالان و نام نویسی‌های تحصیلی بر اساس جنسیت، سرانه درآمد بر اساس جنسیت، درصد دسترسی به آب سالم و خدمات بهداشتی و دیگر معیارهای استاندارد زندگی) یا در ضمن مطالعات مؤسسه بانک جهانی (دستیابی به مدرسه و نام نویسی، نسبت شاگرد و معلم، امید به زندگی، مرگ و میر نوزادان، سرانه کالری‌های روزانه) پایش می‌شوند. البته در کشورهای توسعه یافته، برابری زن و مرد، کیفیت مسکن، نرخ بیکاری و دیگر معیارهای کیفیت زندگی به کار می‌روند.
- 3- 7 **جامعه مدنی:** شهروندان و نهادهای غیرانتفاعی اجتماعی، خود را مستقل غیرانتفاعی اجتماعی، خود را مستقل از حاکمیت، بر محور هدف‌ها، حامیان و علاقه‌های موضوعی، سازماندهی میکنند.
- 3- 8 **شهروند:** شخصی آزاد و پیرو دولت که در حیات سیاسی جامعه نقش ایفا می‌کند.
- 3- 9 **مرجع قانون گذاری رسانه ملی:** مراجع دولتی که مسئولیت سیاستگذاری و صدور مجوز را بر عهده دارند. این مرجع باید در مقابل مداخلات سیاسی و اقتصادی محافظت شود. این امر با فرآیند کاری باز و شفاف شامل مشارکت جامعه مدنی انجام می‌شود که هیچ حزب سیاسی آن را کنترل نمی‌کند.
- 3- 10 **برنامه:** خروجی فرآیند رسانه که می‌تواند در چارچوب محتوای آموزشی، اطلاعاتی یا سرگرمی باشد.

3- 11 **فعال در خدمات عمومی رسانه:** فعال در رسانه، چه دولتی و چه خصوصی؛ دستورالعملی شفاف و آشکار را که به صورت قانونی یا خودخوانده برای ارائه خدمات عمومی در نظر دارد و شرایط اساسی (رسانه خدمات عمومی)¹ را برآورده می کند که عبارتند از:

الف - پاسخگویی به همه گروه های مردم؛

ب - قابلیت دسترسی همگانی و همه منظوره؛

پ - مشارکت مخاطبان و شهروندان در آن؛

ت - استقلال نویسندگان؛

ث - پرهیز از برنامه سازی و گزارش های یک جانبه در زمینه های باورهای مذهبی، سیاسی، فرهنگ، نژاد و جنسیت؛

ج - ارتقای فرهنگ محلی، منطقه ای، ملی به همراه تنوع فرهنگی؛

چ - معرفی اقلیت ها؛

ح - معرفی شهروندان خارج از کشور.

3- 12 **فعال در رسانه خصوصی:** رسانه خصوصی وابسته به یارانه دولتی نیست.

3- 13 **رسانه دولتی:** رسانه ای که متعلق به دولت است. و دولت ابزار مداخله مستقیم در محتوای برنامه ها را دارا می باشد.

3- 14 **توسعه پایدار:** توسعه ای که به همه ی گروه های مردم در نسل حاضر اجازه می دهد تا نیازهای خود را بدون چشم پوشی از توانایی نسل های آینده در تأمین نیازهایشان، برآورده سازند.

4 سامانه مدیریت کیفیت

4- 1 الزامات عمومی

1. شناسایی و کنترل (پایش، اندازه گیری و تجزیه و تحلیل) فرآیندهای سازمان. سازمان باید سیستم مدیریت کیفیتی را مطابق با الزامات این استاندارد ایجاد، مستند، مستقر و نگهداری کند و به طور مستمر اثربخشی آن را بهبود بخشد. به این منظور، رسانه باید:

¹ PSB

- الف) فرآیندهای مورد نیاز سیستم مدیریت کیفیت و کاربرد آنها را در تمام سازمان شناسایی کند.
- ب) توالی و تأثیرات متقابل این فرآیندها را معین کند.
- ج) معیارها و روش‌هایی را که از ذاتش نشأت گرفته باشد معین کند تا بدین وسیله از اثربخشی اجرا و کنترل این فرآیندها اطمینان حاصل کند.
- د) از دسترس بودن منابع و اطلاعات مورد نیاز برای پشتیبانی اجرا و شایش این فرآیندها، اطمینان حاصل کند.
- ه) این فرآیندها را پایش، اندازه‌گیری و تحلیل کند.
- و) اقدامات لازم را برای دستیابی به نتایج طرح‌ریزی شده و نیز بهبود مستمر این فرآیندها به‌عمل آورد.
- این فرآیندها باید مطابق با الزامات این استاندارد بین‌المللی به وسیله سازمان مدیریت شود.
- در صورتی که سازمان فرآیندهایی را که بر انطباق محصول با الزامات تأثیر می‌گذارند به بیرون از سازمان واگذار کند، باید از کنترل این گونه فرآیندها اطمینان حاصل کند. کنترل چنین فرآیندهایی باید در سیستم مدیریت کیفیت تعریف شده باشد.
- فرآیندهایی که برای سیستم مدیریت کیفیت اشاره شده در بالا مورد نیاز هستند، می‌باید فرآیندهای مربوط به فعالیت‌های مدیریتی، فرآهم ساختن منابع، تحقق محصول و اندازه‌گیری را شامل شوند.

الزامات ویژه فعالان رسانه

رسانه صدا و سیما باید تمامی فرآیندهای بحرانی را که تأثیر مستقیم بر موارد زیر دارند، شناسایی و مستند کند:

- ارتباطات بین مرجع ملی مقرارت و/یا دولت.
- ارتباطات بین آگهی‌دهندگان و رسانه یا دولت.
- ارتباطات بین تأمین‌کنندگان (براساس خط ارزش و خصوصاً تهیه‌کنندگان و نظارت بر تأمین‌کننده برنامه).
- اندازه‌گیری تعداد و میزان رضایت مخاطبان.
- مدیریت منابع انسانی (ارتقاء شغلی، غنی‌سازی شغلی).

هرکدام از این فرآیندهای حیاتی باید به طور دقیق و کامل از نظر توالی فعالیتها، ارتباطهای ورودی ها و خروجیها تعیین شوند و به وسیله معیارهای از پیش تعریف شده، از نظر کارایی و اثربخشی آنها، پایش شوند.

مؤسسه‌های مأمور صدور گواهینامه، کشوری را که فعالان رسانه در آن فعالیت می‌کنند، بومی‌شناسی رسانه‌ای مستند می‌کنند. به ویژه شرایط قانونی را با در نظر گرفتن آزادی بیان و مقررات رسانه‌ای، موقعیت مرجع قانونگذاری رسانه‌ای، استقلال رسانه و مالکیت تجهیزات رسانه را بومی‌شناسی و براساس آن، الزامات این فصل را هماهنگ می‌کنند.

4-2 الزامات مستند سازی

4-2-1 کلیات

بند 4-2-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود.

مستندسازی سیستم مدیریت کیفیت باید شامل موارد زیر باشد:

الف) خط مشی کیفیت و اهداف کیفیتی مدون شده.

ب) نظامنامه کیفیت.

ج) روش‌های اجرایی مدونی که از طرف این استاندارد بین‌المللی الزامی شده‌اند.

د) مستندات مورد نیاز سازمان برای حصول اطمینان از مؤثر بودن طرح‌ریزی، اجرا و کنترل فرآیندهای آن.

ه) سوابق کیفیتی که بنا براین استاندارد الزامی شده‌اند.

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزودن بر بند 4-2-1 استاندارد ISO 9001:2000 مستند سازی سامانه مدیریت کیفیت، باید موارد زیر را در برگیرد:

- ایجاد کد برای برنامه‌ها و گردانندگان آنها.

- ایجاد کد برای آگهی‌دهندگان.

- مشخص کردن چارچوب اصول اخلاقی (برای خبرنگاران، مجریان، تهیه‌کننده‌ها و...)

4-2-2 نظام نامه کیفیت

بند 4-2-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود.

سازمان باید نظامنامه کیفیت را ایجاد و نگهداری کند، که شامل موارد زیر است:

- الف) دامنه کاربرد سیستم مدیریت کیفیت، شامل جزئیات و دلایل هرگونه کنارگذاری الزامات استاندارد.
- ب) روش‌های اجرایی مدون سیستم مدیریت کیفیت، یا ارجاع به آنها.
- ج) توصیفی از تأثیرات متقابل بین فرآیندهای سیستم مدیریت کیفیت.
- کد برای برنامه‌ها و گردانندگان آنها.
 - کد برای آگهی دهندگان.
 - چارچوب اصول اخلاقی (برای خبرنگاران، مجریان، تهیه‌کننده‌ها و...)

الزامات ویژه فعالان رسانه

نظامنامه کیفیت باید آشکارا از ساختار این استاندارد بین‌المللی در جهت پوشش‌دهی همه موضوع‌های مختص به صنعت رسانه پیروی کند و در آسان‌سازی ارزیابی شرکت‌های صدور گواهینامه بکوشد.

4-2-3 کنترل مستندات

بند 4-2-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (روش اجرایی هرگونه تهیه، تغییر و کنترل مستندات سازمان)

مستندتی که در سیستم مدیریت کیفیت الزامی شده‌اند باید تحت کنترل باشند. سوابق کیفیت نوع خاصی از مستندات بوده و باید مطابق الزامات مندرج در 4-2-1 تحت کنترل قرار بگیرند.

یک روش اجرایی مدون باید برای تعریف کنترل‌های مورد نیاز زیر اجرا شود:

الف) تصویب مستندات از نظر تناسب آنها، پیش از انتشار.

ب) بازنگری و به روز آوری - بر حسب نیاز - و تصویب مجدد مستندات.

پ) حصول اطمینان از اینکه تغییرات و وضعیت ویرایش جاری مستندات مشخص شده‌اند.

ت) حصول اطمینان از اینکه ویرایش‌های معتبر مستندات در مکان استفاده در دسترس‌اند.

ث) حصول اطمینان از اینکه مستندات خوانا و قابل تشخیص باقی می‌مانند.

ج) حصول اطمینان از اینکه مستندات با منشأ برون سازمانی، مورد شناسایی قرار گرفته‌اند و توزیع آنها تحت کنترل است.

چ) حصول اطمینان از اینکه مستندات غیرمعتبر مورد استفاده ناخواسته قرار نمی‌گیرند و در صورتی که به

هر دلیلی گردآوری شوند، به‌نحو مناسبی مورد شناسایی قرار می‌گیرند.

4-2-4 کنترل سوابق

بند 4-2-4 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (سوابق باید ایجاد و نگهداری شده تا شواهد انطباق

با الزامات و نیز به کارگیری مؤثر سیستم مدیریت کیفیت فراهم شود. سوابق کیفیت باید خوانا و به سادگی قابل شناسایی و بازیابی باشند.

کنترل سوابق کیفیت: یک روش اجرایی مدون باید جهت تعریف کنترل‌های لازم برای شناسایی، انبارش،

حفاظت، بازیابی، مدت گردآوری و تعیین تکلیف سوابق ایجاد شود).

5 تعهد مدیریت

5-1 تعهد مدیریت

بند 5-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (تعهد مدیریت : شواهدی مبنی تعهد مدیریت عالی سازمان در برابر استقرار و توسعه سامانه مدیریت کیفیت و همچنین بهبود اثربخشی آن. مدیریت عالی سازمان در استقرار و عملکرد بهینه سیستم مدیریت کیفیت نقشی حیاتی دارد و بدون عزم جدی وی تصور برقراری این سیستم ممکن نیست.

مدیریت عالی باید شواهدی مبنی بر متعهد بودن رسانه درباره توسعه و استقرار سیستم مدیریت کیفیت و نیز بهبود مستمر اثربخشی آن به وسیله ابزارهای زیر فراهم آورد:

الف) تعیین خط‌مشی کیفیت.

ب) اجرای بازنگری‌های مدیریت.

پ) حصول اطمینان از اینکه اهداف کیفیتی تعیین شده‌اند.

ت) ارائه اطلاعات لازم به سازمان در باره اهمیت برآورده‌سازی الزامات مشتری و همچنین الزامات قانونی و دولتی.

ث) حصول اطمینان از دسترس بودن منابع).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 5-1 از استاندارد ISO 9001:2000 مدیریت ارشد رسانه باید شواهدی مبنی بر تعهد وی در

قبال ارزش‌های محوری مشخص، شامل موارد زیر، ولی نه محدود به آنها، فراهم آورد:

الف) استقلال عمل سازمان در برابر هر نوع علاقه اقتصادی یا سیاسی؛

ب) شفافیت عمل در گزارش‌دهی مالی و تصمیم‌گیری‌ها؛

پ) اصول اخلاقی در مدیریت منابع انسانی؛

ت) توانمندسازی زنان؛

ث) توانمندسازی شهروندان؛

ج) احترام گذاشتن به اقلیت‌ها؛

چ) نوآوری و خلاقیت در همه فعالیت‌های محوری رسانه، برای نمونه: اطلاعات، آموزش و سرگرمی؛

ح) بالا بردن فرهنگهای محلی، منطقه‌ای و ملی؛ به‌همراه تنوع فرهنگی؛
 خ) کیفیت اطلاعات، کثرت‌گرایی در باورها و دیدگاه‌ها.

5-2 تمرکز بر ذینفعان

بند 2-5 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (تمرکز بر مشتری: الزامات مشتری باید معین و برآورده شود. مدیریت عالی باید اطمینان حاصل کند که الزامات مشتری معین شده‌اند و با هدف افزایش میزان رضایت مشتری برآورده می‌شوند.)

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 2-5 از استاندارد ISO 9001:2000 مدیریت ارشد رسانه باید اطمینان دهد که تمامی الزامات و انتظار ذینفعان، شناسایی و برای افزایش رضایت‌مندی آنان، لحاظ شده است. ذینفعان باید بخشی یا همه یا بیشتر موارد زیر را دربرگیرند:

- الف) مخاطبان؛
- ب) کارکنان رسانه؛
- پ) سها مداران؛
- ت) آگهی دهندگان یا حامیان مالی؛
- ث) تأمین‌کنندگان؛
- ج) شهروندان و جامعه مدنی؛
- چ) مرجع قانونگذاری ملی؛
- ح) دولت.

5-3 خط مشی کیفیت و اصول اخلاقی

بند 3-5 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود (مفهوم خط مشی کیفیت: تمایلی از تعهدات سازمان، در قبال تحقق کیفیت است و مدیریت عالی باید اطمینان حاصل کند که خط مشی کیفیت: الف) با اهداف سازمان متناسب است.

- ب) شامل تعهدی برای برآورده ساختن الزامات و بهبود مستمر اثربخشی سیستم مدیریت کیفیت است.
- ج) چارچوبی برای تعیین و بازنگری اهداف کیفیتی فراهم می‌آورد.
- د) در سازمان معرفی و درک شده است.
- ه) برای استمرار تناسب مورد بازنگری قرار می‌گیرد)

الزامات ویژه فعالان رسانه

مفهوم خط مشی کیفیت در بند 5-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بر موضوع‌های مهم زیر در صنعت رسانه تأکید کند، مانند:

الف) استقلال، شفافیت در عمل و رعایت اصول اخلاقی اشاره شده در بند 5-1.

ب) مأموریت و چشم انداز؛

پ) معرفی اقلیتها؛

ت) رضایت‌مندی مخاطبان؛

ث) دستورالعمل خدمات عمومی رسانه (در صورت وجود).

خط‌مشی کیفیت، باید در قالب یک سند، رسمی شود و به همه شکل‌ها و ابزارها در محیط کسب و کار و فعالیت رسانه، به طور گسترده توزیع شود. این خط‌مشی را باید دست کم سالی یک بار بازنگری کرد تا از کفایت آن برای دستیابی به هدف‌های کیفی سالیانه که در جلسه‌های بازنگری مدیریت تعریف شده، اطمینان حاصل شود. (رجوع شود به بند 5-6).

5-4 طرح ریزی و برنامه ریزی

5-4-1 هدف‌های کیفیت

بند 5-4-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود.

مدیریت عالی باید اطمینان حاصل کند که اهداف کیفیتی و از جمله اهدافی که برای برآورده‌سازی الزامات محصول مورد نیازند، برای عملکردها و سطوح مرتبط سازمان تعیین شده‌اند

الزامات ویژه فعالان رسانه

هدف‌های کیفیتی باید قابل اندازه‌گیری و سازگار با خط‌مشی کیفیت باشد و دست‌کم، حوزه‌های زیر را

پوشش دهد:

الف) کیفیت اطلاعات؛

ب) کیفیت محتوای برنامه‌ها؛

پ) نوآوری و خلاقیت در برنامه‌هایی که به اطلاع‌رسانی یا اطلاعات، آموزش و سرگرمی می‌پردازند.

هدف‌های کیفیت باید در همه عملکردهای مرتبط و سطح سازمان مستقر شوند و به عنوان مرجعی برای

ارزیابی دوره‌ای کارآنان، از آن استفاده شود. (به بند 6-2-2 رجوع شود).

5-4-2 طرح ریزی یا برنامه ریزی سامانه مدیریت کیفیت

بند 5-4-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود.

مدیریت عالی سازمان باید اطمینان حاصل کند که:

الف) طرح ریزی سیستم مدیریت کیفیت به گونه‌ای است که الزامات و اهداف کیفیتی را برآورده می‌سازد.
ب) به هنگام طرح ریزی و ایجاد تغییرات در سیستم مدیریت کیفیت، یکپارچگی این سیستم حفظ می‌شود.

5-5 مسئولیت، اختیار و ارتباطات**5-5-1 مسئولیت و اختیار**

بند 5-5-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (مسئولیت و اختیار: مدیریت عالی سازمان باید اطمینان حاصل کند که مسئولیت‌ها و اختیارات در داخل سازمان تعیین شده و به سازمان اعلام شده است.)

الزامات ویژه فعالان رسانه

علاوه بر بند 5-5-1 از استاندارد ISO 9001:2000 مدیریت ارشد سازمان رسانه‌ای باید به مواد زیر توجه کند:

الف) «کمیتة کیفیت» را تحت ریاست «مدیر کیفیت» شامل مدیران اجرایی و در صورت مقتضی نمایندگان ذی‌نفعان (مخاطبان، آگهی‌دهندگان، مرجع ملی مقررات رسانه و جامعه مدنی) تعیین کند (به بند 5-2 رجوع شود).

ب) تعیین «مسئول رسیدگی به شکایات»، که تصدی حل کشمکش‌های بین سازمان و محیط حاکم بر آن را داراست. قوانین استخدام و ارزشیابی شغل برای مسئول رسیدگی باید شفاف و ضامن بی‌طرفی کامل او در حل کشمکش‌ها باشد.

ج) به صورت شفاف ارتباطات خود را با دولت، احزاب سیاسی، مرجع ملی مقررات رسانه، شهروندان و نهادهای جامعه مدنی و همچنین آگهی‌دهندگان در خصوص حقوق و تعهدات متقابل، تعریف کند.

۲-۵-۵ نماینده مدیریت

بند 5-5-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (نماینده مدیریت مدیریت عالی سازمان باید با تعیین یکی از مدیران سازمان، صرف نظر از سایر مسئولیت های وی، به او اختیارات و مسئولیت هایی را اعطا کند که موارد زیر را شامل شود:

الف) حصول اطمینان از اینکه فرآیندهای مورد نیاز برای سیستم مدیریت کیفیت تعیین شده، استقرار یافته و نگهداری می شوند.

ب) گزارش دهی به مدیریت ارشد سازمان درباره عملکرد سیستم مدیریت کیفیت و هرگونه نیازی برای بهبود.

پ) حصول اطمینان از ترغیب به آگاهی درباره الزامات مشتری در تمامی سازمان).

الزامات ویژه فعالان رسانه

مدیریت ارشد سازمان رسانه ای، باید یک «مدیر کیفیت» را به غیر از «بازرس ویژه» برای گزارش دهی مستقیم به ریاست سازمان تعیین کند. قوانین مربوط به استخدام و ارتقای حرفه ای این مدیر کیفیت، باید شفاف و بدون هرگونه تبعیض باشد.

5-5-3 ارتباطات داخلی (درون سازمانی)

بند 5-5-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (ارتباطات داخلی: مدیریت عالی باید اطمینان حاصل کند که فرآیندهای ارتباطی مناسبی در درون سازمان معین شده اند و این ارتباطات درباره اثربخشی سیستم مدیریت کیفیت انجام می پذیرد).

5-6 بازنگری مدیریت

5-6-1 کلیات

بند 5-6-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (مدیریت عالی سازمان باید سیستم مدیریت کیفیت را در فواصل طرح ریزی شده مورد بازنگری قرار دهد تا از استمرار تناسب، کفایت و اثربخشی آن، اطمینان حاصل کند. این بازنگری باید بررسی موقعیت های بهبود و نیاز به اعمال تغییرات در سیستم مدیریت کیفیت، و از جمله خط مشی کیفیت و اهداف کیفیتی را شامل شود).

الزامات ویژه فعالان رسانه

- سوابق بازنگری های مدیریت باید نگهداری شوند.
- جلسات بازنگری مدیریت باید حداقل سالی یکبار به ریاست مدیریت عالی سازمان برگزار شود.

- «کمیتة کیفیت» باید حداقل هر ماه یکبار جلسه‌ای را به ریاست «مدیریت کیفیت» برگزار کند.

5-6-2 ورودی‌های بازاری

بند 5-6-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (ورودی‌های بازاری مدیریت باید

شامل اطلاعاتی دربارهٔ موارد زیر باشد:

- الف) نتایج ممیزی‌ها،
- ب) بازخوردهای مشتریان،
- پ) عملکرد فرآیند و انطباق محصول،
- ت) وضعیت اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه،
- ث) پیگیری اقدامات ناشی از بازاری‌های قبلی مدیریت،
- ج) تغییراتی که می‌توانند سیستم مدیریت کیفیت را تحت تأثیر قرار دهند،
- چ) توصیه‌هایی برای بهبود.

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 5-6-2 از استاندارد ISO 9001:2000، ورودی‌های بازاری مدیریت سازمان‌های

رسانه‌ای باید شامل موارد زیر باشد:

- گزارش‌های مراجع ملی قانونی،
- گزارش‌های مسئول رسیدگی به شکایات علیه رسانه،
- انتقادات و گزارش‌های مربوط به شهروندان و جامعهٔ مدنی،
- جزئیات مربوط به تعداد مخاطبان،
- جزئیات بررسی میزان رضایت مخاطبان،
- گزارش‌های ارزیابی تأمین‌کنندگان و همکاران/شرکا،
- گزارش‌های ارزشیابی دوره‌ای کارکنان،
- گزارش‌های سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی،
- گزارش‌های مربوط به برنامه بر حسب نوآوری و خلاقیت،
- نشانگرهای کیفیت.

5-6-3 خروجی های بازرنگری

بند 5-6-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (خروجی های بازرنگری مدیریت باید تمامی تصمیم گیری ها و اقدامات مربوط به موارد زیر را شامل شود:

الف) بهبود اثر بخشی سیستم مدیریت کیفیت و فرآیندهای آن،

ب) بهبود محصولات، مرتبط با الزامات مشتری، بهبود برنامه ها مرتبط با نیازهای مخاطب،

ج) نیاز به منابع).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 5-6-2 از استاندارد ISO 9001:2000، خروجی های ناشی از بازرنگری مدیریت سازمان های رسانه ای باید شامل موارد زیر باشد:

- خط مشی کیفیت (خط مشی کیفیت می تواند تغییر کند با توجه به تغییرات وسیع جامعه)،
- اهداف کیفیتی (اهداف کیفیت براساس تغییرات خط مشی می تواند بازرنگری شود)،
- گزارش های کیفیتی مربوط به تمامی طرف های ذی نفع،
- طرح ریزی ممیزی برای دوره بعد،
- تصمیماتی برای سرمایه گذاری های اجتماعی،
- تصمیماتی برای برنامه های جدید خلاقیت و نوآوری

5-7 سرمایه گذاری اجتماعی مشترک

این الزام، ویژه سازمان های رسانه ای است. سازمان های رسانه ای باید بخشی از درآمدهایشان را با هدف تأثیر مستقیم بر توسعه اجتماعی و دموکراسی، به سرمایه گذاری های اجتماعی اشتراکی «خارج از بخش برنامه» (در ارتباط با حوزه کاری رسانه) تخصیص دهند.

برنامه های مرتبط باید به صورت متناسب مشخص باشند و به ویژه از نظر اثربخشی، دست کم سالی یکبار در فرصت جلسه های بازرنگری مدیریت، ارزیابی شوند.

6 - مدیریت منابع

6-1 فراهم کردن منابع

بند 6-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود (فراهم آوری منابع: سازمان باید منابع لازم جهت: الف) استقرار، نگهداری و بهبود اثربخشی سامانه مدیریت کیفیت و ب) برآورده سازی الزامات مشتری برای افزایش میزان رضایت او را فراهم سازد).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 6-1 از استاندارد ISO 9001:2000، منابع فراهم شده به وسیله سازمان، باید مناسب ترین شرایط دسترسی جغرافیایی به رسانه را تضمین کند. دسترسی عمومی، کلید رسانه دارای خدمات عام است.

6-2 منابع انسانی

6-2-1 کلیات

بند 6-2-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (کارکنانی که عملکرد آنها بر کیفیت محصول تأثیر می گذارد، باید صلاحیت های لازم را بر مبنای تحصیلات، آموزش ها، مهارت ها و تجارب مناسب داشته باشند).

6-2-2 شایستگی، آگاهی و آموزش

بند 6-2-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود.

الف) صلاحیت های لازم را برای کارکنانی که کارهای تأثیرگذار بر کیفیت محصول انجام می دهند، تعیین شوند،

ب) برای برآورده سازی این نیازها، آموزش ها یا سایر اقدامات لازم را انجام دهد،

پ) اثربخشی اقدامات انجام شده را مورد ارزیابی قرار دهد،

ت) اطمینان حاصل کند که کارکنان از مفهوم و اهمیت فعالیت های شان آگاهند و می دانند چگونه در رسیدن به اهداف کیفیتی سهیم هستند،

ث) سوابق مربوط به تحصیلات، آموزش ها، مهارت ها و تجارب آنان را نگهداری کند.

سازمان باید:

- قواعد مربوط به استخدام و توسعه / غنی سازی شغلی را تضمین کند).

الزامات ویژه فعالان رسانه

الزامات بند 2-2-6 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بدون هیچ محدودیتی برای همه کارکنان رسانه، اجرا شود. در رأس این الزامات، سازمان باید قواعد شفافیت را برای استخدام و بالا بردن منبع شغلی یکایک کارکنان، تضمین کند. به ویژه سازمان رسانه‌ای باید دست کم سالی یکبار، سازماندهی شود و ارزیابی عمیقی از کارکنانش به عمل آورد تا از این رهگذر، به کارکنان، امکان ابراز دیدگاه‌هایشان را برای بهبود بالقوه و نیز تجربه‌های ارزشمند دوجانبه میان کارکنان و مدیریت بدهد.

3-2-6 استقلال و دوری از تبعیض گذاری میان خبرنگاران، مجریان و تهیه‌کنندگان

این الزامات مختص سازمان‌های رسانه‌ای است و آنها باید ضمانت استقلال و عدم تبعیض برای خبرنگاران، مجریان و تهیه‌کنندگان را از طریق موارد زیر به وجود آورند:

- شفافیت در استخدام‌ها/ روش‌های اجرایی برای برکناری،
- درج بندهای قانونی هنگام انعقاد قرارداد با نیروی انسانی،
- روش‌های اجرایی مناسب برای بازخواست‌ها،
- احترام و رعایت کامل قوانین ملی کار،
- عدم اعمال تبعیض (سن، مذهب، جنسیت)
- چارچوب و کدهای مربوط به اصول اخلاقی و گردانندگان برنامه‌ها.

3-6 زیرساخت

بند 3-6 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (زیرساخت: تأمین زیرساخت‌های لازم جهت انطباق محصول).

الزامات ویژه فعالان رسانه

در رأس الزامات بند 3-6 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان باید زیرساخت مورد نیاز به منظور دستیابی به انطباق با الزامات محصول را تعیین کرده، فراهم ساخته و نگهداری کند. زیرساخت تا آنجا که مقتضی باشد شامل موارد زیر است:

- الف) ساختمان، فضای کاری و تسهیلات مرتبط،
- ب) تجهیزات فرایند (اعم از سخت‌افزاری و نرم‌افزاری)،
- ج) خدمات پشتیبانی (نظیر حمل و نقل و ارتباطات).

سازمان باید توجهی خاص به کیفیت تجهیزات مورد استفاده در فعالیت‌های رسانه داشته باشد، به‌ویژه در موارد زیر:

- ایمنی در هنگام استفاده توسط کارکنان سازمان،
 - قابلیت دستیابی رسانه برای مردم،
 - کیفیت فنی برنامه‌های رسانه.
- این عناصر کلیدی باید به‌طور مداوم پایش شده و به «مدیریت کیفیت» گزارش شود.

6-4 محیط کار

بند 4-6 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (محیط کار: سازمان باید محیط کار مناسب را برای دستیابی به انطباق با الزامات محصول تعیین و ایجاد کند).

7 تحقق محصول

7-1 برنامه ریزی پدیدآوری محصول

بند 7-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (طرح ریزی تحقق محصول سازمان باید فرآیندهایی را که برای تحقق محصول مورد نیاز هستند طرح‌ریزی کرده و توسعه دهد. طرح‌ریزی تحقق محصول باید با الزامات سایر فرآیندهای سیستم مدیریت کیفیت سازگار باشد. در طرح‌ریزی تحقق محصول، در موارد مقتضی، سازمان باید موارد زیر را مشخص سازد:

(الف) اهداف کیفیتی و الزامات محصول.

(ب) نیاز به معین کردن فرآیندها، مستندات و فراهم‌آوری منابع مختص محصول،

(ج) فعالیت‌های مورد نیاز تصدیق، صحت‌گذاری، پایش، بازرسی و آزمایش مربوط به محصول و معیارهای پذیرش محصول،

(د) سوابق مورد نیاز که به مثابه شواهدی برای برآورده‌سازی الزامات مربوط به فرآیندهای تحقق محصول، و محصول به دست آمده از آنها، به کار رود.

خروجی این طرح‌ریزی باید متناسب با شیوه عملیات سازمان باشد. یادآوری 1: مستندی که فرآیندهای سیستم مدیریت کیفیت (از جمله فرآیندهای تحقق محصول) و منابعی را که برای یک محصول، پروژه یا قرارداد خاص مورد استفاده قرار می‌گیرند، مشخص می‌کند، می‌توان به آن به‌عنوان یک طرح کیفیت ارجاع داده شود).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-1 از استاندارد ISO 9001:2000 هنگامی که بخشی یا کل برنامه‌ای را تأمین کننده بیرونی بر عهده می‌گیرد، سازمان رسانه‌ای باید توجه ریزبینانه‌ای به خطرهای مرتبط با عدم انطباق‌ها در هنگامی که قسمتی یا کل یک برنامه توسط یک تأمین کننده برون سازمانی تحقق می‌یابد، داشته باشد.

7-2 فرآیندهای مرتبط با مشتری

7-2-1 تعیین الزامات مربوط به محصول

بند 7-2-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (بند 7-2-1: تعیین الزامات مربوط به محصول: سازمان باید موارد زیر را معین سازد:

الف) الزامات مشخص شده توسط مشتری، از جمله الزامات مربوط به تحویل و فعالیت‌های پس از تحویل،

ب) الزاماتی که توسط مشتری بیان نشده است اما برای مصرف مشخص شده یا مورد نظر، تا آنجا که شناخته شده باشد لازم هستند،

ج) الزامات قانونی و دولتی مربوط به محصول،

د) هرگونه الزامات اضافی که توسط سازمان تعیین می‌شود).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-2-1 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید الزامات مربوط به برنامه‌های جدید را توسط یک یا ترکیبی از موارد زیر تعیین کند:

1. کد برنامه‌ها و گردانندگان برنامه
2. چارچوب اصول اخلاقی
3. بررسی‌های میزان رضایت مخاطبان
4. بررسی‌های میزان رضایت سایر ذی‌نفعان
5. الزامات تعیین شده توسط مرجع مقررات ملی رسانه‌ای
6. اطلاعات مربوط به برنامه‌های مشابه قبلی
7. اطلاعات مربوط به برنامه‌های مشابه پیشنهاد شده توسط رقبا (سایر رسانه‌ها) در سطح بین‌المللی

7-2-2 بازنگری الزامات مربوط به محصول (برنامه)

بند 7-2-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (بازنگری الزامات مربوط به محصول: سازمان باید الزامات مربوط به محصول را پیش از تعهد سازمان برای ارائه محصول بازنگری کند. این بازنگری باید پیش از تعهد سازمان برای ارائه محصول به مشتری صورت پذیرد (مثلاً ارائه پیشنهادها، مناقصه، پذیرش قراردادها یا سفارشها، پذیرش تغییرات در قراردادها یا سفارشها). سازمان باید از موارد زیر اطمینان حاصل کند:

الف) الزامات محصول تعریف شده‌اند،

ب) تفاوت‌های الزامات سفارش یا قرارداد نسبت به حالت قبلی آن، حل و فصل شده‌اند،

پ) سازمان توانایی برآورده‌سازی الزامات تعریف شده را دارا باشد. سوابق نتایج بازنگری و اقدامات ناشی از این بازنگری و اقدامات ناشی از این بازنگری باید نگهداری شوند، هنگامی که مشتری الزامات خود را به صورت مکتوب بیان نمی‌دارد، الزامات مشتری باید پیش از پذیرش توسط سازمان تأیید شوند.

هنگامی که الزامات محصول تغییر می‌کنند، سازمان باید از این که مستندات مرتبط اصلاح شده‌اند و کارکنان ذی‌ربط از الزامات تغییر یافته آگاه شده‌اند اطمینان حاصل کند).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-2-2 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید با روشی عادلانه، به کمک کمیته مخصوص برنامه‌ها به بازنگری الزامات به صورت رسمی، و در اشکال زیر اقدام کند:

- ندای مدیریت

- ندای کارکنان

- ندای مشتریان (مخاطبان و آگهی‌دهنده‌ها)

- ندای جامعه (مرجع ملی مقررات، شهروندان و نهادهای جامعه مدنی)

این الزامات باید برای هر نوع از برنامه‌ها (اعم از اطلاعاتی، آموزشی و سرگرمی) به کار گرفته شود.

7-2-3 ارتباطات با مشتری

بند 7-2-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (ارتباطات با مشتری: سازمان باید ترتیبات مؤثری برای ارتباطات با مشتریان در زمینه‌های زیر تعیین و پیش‌بینی کند:

- الف) اطلاعات محصول،
- ب) انجام دادن امور مربوط به درخواست‌ها، قراردادها یا سفارش‌ها و اصلاحیه‌های مربوط،
- پ) بازخوردهای مشتریان، از جمله شکایات مشتریان).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-2-3 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید توجه ویژه‌ای به اندازه‌گیری موارد زیر داشته باشد:

- الف) تعداد مخاطبان (اندازه‌گیری کمی)
- ب) رضایت‌مندی مشتریان (سنجش‌های کیفی).
- پ) شکایات‌های مشتریان (از طریق بازرسی ویژه یا از طریق سامانه مدیریت کیفیت).

7-3 طراحی و توسعه**7-3-1 طرح‌ریزی طراحی و توسعه**

بند 7-3-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (طرح‌ریزی طراحی و توسعه: سازمان باید طراحی و توسعه محصول را طرح‌ریزی و کنترل کند).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-3-1 از استاندارد ISO 9001:2000، سازمان رسانه‌ای باید قواعد روشنی برای عقد قراردادهای فرعی یا همکاری با مؤسسه‌های بیرونی که در زمینه طراحی برنامه‌های جدید فعالیت دارند، وضع کند.

همه الزامات بند 7-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید توسط طرف‌های بیرونی، شناسایی، تفهیم و بکار گرفته شوند.

7-3-2 ورودی‌های طراحی و توسعه

بند 7-3-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (ورودی‌های طراحی و توسعه: ورودی‌های مرتبط با الزامات محصول باید معین شده و سوابق آنها نگهداری شوند).

3-3-7 خروجی های طراحی و توسعه

بند 3-3-7 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (خروجی های طراحی و توسعه: خروجی های طراحی و توسعه باید به شکلی تهیه شوند که تصدیق با ورودی های طراحی و توسعه را امکان پذیر سازد و باید پیش از انتشار تصویب شوند).

4-3-7 بازنگری طراحی و توسعه

بند 4-3-7 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (بازنگری طراحی و توسعه: در مراحل مناسب، بازنگری های سیستماتیک طراحی و توسعه هماهنگ با اقدام های طرح ریزی شده، باید صورت پذیرد).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 4-3-7 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه ای باید دقیق و آشکار به:

الف) شناسایی عملکرد؛

ب) پایش عملکرد برنامه های ساخته شده جدید بر حسب شمار و رضایت مندی مخاطبان بپردازد. گزارشهای مرتبط، به عنوان داده های ورودی جلسه های بازنگری مدیریت به کار می روند (رجوع کنید به بند 5-1-6)

5-3-7 تصدیق طراحی و توسعه

بند 5-3-7 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (تصدیق طراحی و توسعه: تصدیق طراحی باید بنابر برنامه های طرح ریزی شده صورت پذیرد، تا بدین وسیله از اینکه خروجی های طراحی و توسعه الزامات ورودی های طراحی و توسعه را برآورده ساخته اند، اطمینان حاصل شود).

7-3-6 تأیید طراحی و توسعه

بند 6-3-7 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (تأیید طراحی و توسعه: تأیید طراحی و توسعه باید بر اساس برنامه‌های طرح‌ریزی شده صورت پذیرد، تا اطمینان حاصل شود که محصول به دست آمده، توانایی برآورده سازی الزامات مصرف مشخص شده یا مورد انتظار را دارد).

7-3-7 کنتری دگرگونی های طراحی و توسعه

بند 7-3-7 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود.

7-4 خرید**7-4-1 فرآیند خرید**

بند 7-4-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (فرآیند خرید: سازمان باید اطمینان حاصل کند که محصول خریداری شده با الزامات مشخص شده خرید انطباق دارد. نوع و گستره کنترل‌هایی که بر تأمین‌کننده و محصول خریداری شده اعمال می‌شود، باید بستگی به اثری که محصول خریداری شده بر مراحل بعدی تحقق محصول یا محصول نهایی می‌گذارد، داشته باشد. سازمان باید تأمین‌کنندگان را بر پایه توانایی آنان در ارائه محصول منطبق با الزامات سازمان، ارزیابی و انتخاب کند. معیارهای انتخاب، ارزیابی و ارزیابی مجدد باید تعیین شود. سوابق نتایج ارزیابی‌ها و اقدامات لازم ناشی از ارزیابی‌ها، باید نگهداری شود).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-4-1 از استاندارد ISO 9001:2000، به ارزیابی و انتخاب تأمین‌کنندگانی که در طراحی یا تحقق برنامه‌های رسانه‌ای دست دارند باید توجه ویژه‌ای داشت. سازمان رسانه‌ای باید قواعد آشکار، مدون و رسمی، برای ارزیابی و نگهداری پیشینه آنها ایجاد کند. ارزیابی‌ها باید دست کم سالی یکبار به کمک ترکیبی از پرسش‌نامه‌های خاص، تجزیه و تحلیل انطباق نیافتن و هر نوع اطلاعات مرتبط دیگری صورت گیرد. نتایج این ارزیابی‌ها باید به صورت پیگیر برای تأمین‌کنندگان، ارسال و با ایشان بحث شود و به عنوان ورودی جلسه‌های بازنگری مدیریت به کار رود (به بند 5-6-2 رجوع شود).

7-4-2-اطلاعات خرید

بند 7-4-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (اطلاعات خرید اطلاعات خرید باید محصول مورد نظر برای خرید را توصیف کند، و بر حسب مورد شامل موارد زیر باشد:

الف) الزامات برای تأیید محصول، روش‌هایی اجزایی، فرآیندها و تجهیزات،

ب) الزامات مربوط به احراز شرایط کارکنان،

ج) الزامات مربوط به سیستم مدیریت کیفیت.

سازمان باید از کفایت الزامات تعیین شده برای خرید، پیش از آنکه این الزامات به تأمین‌کننده اطلاع داده شود، اطمینان یابد).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-3-4 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید برای هر نوع خرید تولیدات برون سازمانی، زنجیره‌ای از حقوق را که در بردارنده حق انتشار، حق تولید مجدد و پخش، مجوزها، زبان‌ها و قلمروها، رسانه‌ها، حق بهره‌برداری (امتیاز) و مدت آنها، صحه‌گذاری کند. ممکن است زنجیره فوق محدود به حقوق مذکور نشود.

7-4-3-تصدیق محصول خریداری شده

بند 7-4-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (تصدیق محصول خریداری شده: سازمان باید بازرسی‌ها یا فعالیت‌هایی دیگر را تعیین و اجرا کند تا از این‌که محصول خریداری شده الزامات مشخص شده برای خرید را برآورده می‌سازد، اطمینان یابد).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-4-3 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید بررسی عمیق میزان رضایت مشتری را برای هر یک از تولیدات جدید که از بازار خریداری می‌شوند یا براساس سفارش توسط تأمین‌کنندگان برون سازمانی تحقق می‌یابند، انجام دهد.

نتایج این بررسی‌ها باید به‌طور منظم به اطلاع «کمیته برنامه‌ها» برسد.

7-5 تولید و ارائه خدمات

7-5-1 کنترل تولید و ارائه خدمات

بند 7-5-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (کنترل تولید و ارائه خدمات: سازمان باید تولید و ارائه خدمات را در شرایط کنترل شده طرح ریزی کند و به انجام رساند بر حسب مورد، شرایط کنترل شده شامل موارد زیر می شود:

- الف) در دسترس بودن اطلاعاتی که ویژگی های محصول را توصیف می کند،
- ب) در دسترس بودن دستورالعمل های کاری بر حسب نیاز،
- پ) استفاده از تجهیزات مناسب،
- ت) در دسترس بودن و استفاده از وسایل پایش و اندازه گیری.
- ث) انجام دادن پایش و اندازه گیری،
- ج) انجام دادن فعالیت های ترخیص، تحویل و پس از تحویل).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-5-13 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید نشانگرهای کیفیت را که تصویری روشن از تغییر/ تکامل تدریجی شاخص‌های کلیدی عملکرد را ارائه می‌دهد، ایجاد و نگهداری کند.

این شاخص‌ها عبارتند از:

1- کیفیت اطلاعات، 2- کیفیت محتویات برنامه‌ها، 3- تنوع محتویات برنامه‌ها براساس سه طبقه‌بندی اصلی: اطلاعات، آموزش و سرگرمی، 4- تعداد مخاطبان، 5- شکایات مخاطبان، 6- شکایات آگهی‌دهندگان، 7- شکایات مرجع ملی مقررات رسانه‌ای، 8- کیفیت تجهیزات فنی، 9- پوشش جغرافیایی، 10- نرخ مشارکت شهروندان و جامعه مدنی، سطح تعاملات و ارائه اختیارات به شهروندان برای تأثیرگذاری در برنامه‌های رسانه، سودمندی‌های اجتماعی شامل: دادن اختیارات به زنان، ترویج فرهنگی، مذهب و... در برنامه‌های رسانه، 11- محتویات آموزشی، 12- معرفی اقلیت‌ها، 13- نگرش جهانی.

شاخص‌های کلیدی عملکرد یاد شده، باید به وسیله «کمیته کیفیت» در همکاری نزدیک با «کمیته برنامه‌ها» تعریف می‌شوند.

این شاخص‌ها باید اندازه‌گیری و نتایج آن به صورت منظم به «کمیته کیفیت» گزارش شوند.

7-5-2 تأیید فرآیندهای تولید و ارائه خدمات

بند 7-5-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (صحه گذاری فرآیندهای تولید و ارائه خدمات: سازمان باید تمامی فرآیندهای تولید و ارائه خدمات را که خروجی آنها به وسیله پایش و اندازه‌گیری بعدی قابل تصدیق نیست، صحه گذاری کند. این امر شامل تمامی فرآیندهایی می‌شود که نقایص آنها فقط پس از آنکه محصول مورد استفاده قرار گرفت یا خدمت ارائه شد، آشکار می‌گردد.

صحه گذاری باید نمایانگر آن باشد که این فرآیندها قابلیت حصول نتایج طرح‌ریزی شده را دارند.

سازمان باید ترتیبات لازم را برای این فرآیندها ایجاد کند، بر حسب مورد شامل:

الف) معیارهای تعریف شده برای بازنگری و تصویب فرآیندها،

ب) تصویب تجهیزات و شرایط احراز صلاحیت کارکنان،

پ) استفاده از روش‌های اجرایی مشخص شده،

ت) الزامات مربوط به سوابق،

ث) صحت‌گذاری مجدد).

7-5-3 شناسایی و ردیابی

بند 7-5-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (شناسایی و ردیابی: در موارد مقتضی، سازمان باید محصول را در تمامی مراحل تحقیق آن، با وسایل مناسب شناسایی کند. سازمان باید وضعیت محصول را با توجه به الزامات پایش و اندازه‌گیری شناسایی کند. هنگامی که ردیابی الزامی است، سازمان باید با اعطاء شناسه منحصر به فرد به محصول آن را کنترل و ثبت کند).

7-5-4 اموال مشتری

بند 7-5-4 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (اموال مشتری: سازمان باید مراقبت‌های لازم را در قبال اموال مشتری، در زمانی که تحت کنترل سازمان باشند یا سازمان آنها را به کار گیرد، به عمل آورد
سازمان باید اموال مشتری را که برای مصرف یا به کارگیری در محصول تهیه شده‌اند شناسایی، تصدیق، مراقبت و محافظت کند. هرگاه یکی از اموال مشتری مفقود شده، آسیب ببیند یا به هر طریق دیگر برای استفاده نامناسب تشخیص داده شود، این موضوع باید به مشتری گزارش و سوابق مربوطه نگهداری شود.

یادآوری: اموال مشتری می‌تواند شامل اموال فکری نیز باشد).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 7-5-13 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید به مباحث زیر توجه ویژه‌ای داشته باشد:
الف) آگهی‌ها باید بر حسب انطباق با شاخص آگهی، ارزیابی اولیه شوند. (به بند 4-2-1 رجوع شود). هر گونه شکاف باید به موقع به مدیر کیفیت گزارش و پیشینه آنها نگهداری شود.
ب) مشارکت مخاطبان در برنامه‌ها، درباره پرهیز از تبعیض‌گذاری، احترام به قوانین اجتماعی و ذهنیت شخصی.

7-5-5 نگهداری محصول

بند 7-5-5 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (نگهداری محصول: سازمان باید انطباق محصول را در طی فرآوری داخلی و تحویل در مقصد مورد نظر نگهداری کند).

نگهداری شامل شناسایی، جابه‌جایی، بسته‌بندی، انبارش و محافظت است. نگهداری به همین ترتیب شامل اجزاء تشکیل‌دهنده یک محصول نیز می‌شود.

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 5-5-7 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید به مباحث زیر توجه ویژه‌ای داشته باشد:

الف) تعریف و تعیین مدت زمان دقیق نگه‌داری انبارش (ذخیره‌سازی)، برای هر نوع از برنامه‌های رسانه.

ب) نگه‌داری بلندمدت برنامه‌ها بر مبنای پشتیبانی‌های فنی مناسب.

6-7 کنترل ابزارهای پایش و اندازه‌گیری

بند 6-7 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (کنترل ابزارهای پایش و اندازه‌گیری: سازمان باید اندازه‌گیری‌ها و پایش‌های مورد نیاز و همچنین وسایل پایش و اندازه‌گیری مورد نیاز برای فراهم‌آوری شواهد هماهنگی محصول با الزامات مشخص شده را معین کند). سازمان باید فرآیندهایی را ایجاد کند که به وسیله آنها اطمینان حاصل یابد که پایش و اندازه‌گیری انجام می‌شود به گونه‌ای که با الزامات پایش و اندازه‌گیری سازگار باشد.

هنگامی که حصول اطمینان از نتایج معتبر مورد نیاز است، تجهیزات اندازه‌گیری باید:

الف) در فواصل مشخص یا پیش از استفاده مورد کالیبراسیون یا تصدیق در برابر استانداردهای اندازه‌گیری قرارگیرد که قابلیت ردیابی تا استانداردهای ملی و بین‌المللی را داشته باشند؛ هنگامی که چنین استانداردهایی موجود نیستند، مبنایی که برای کالیبراسیون یا تصدیق مورد استفاده قرار می‌گیرد باید ثبت شود،

ب) بر حسب نیاز تنظیم، و تنظیم مجدد شوند،

ج) مورد شناسایی قرار گرفته باشند تا وضعیت کالیبراسیون آنها قابل تعیین باشد،

د) در برابر تنظیماتی که نتایج اندازه‌گیری را نامعتبر می‌کنند، محافظت شود.

ه) در برابر آسیب و خرابی طی جابه‌جایی، تعمیر و نگهداری و انبارش محافظت شود.

علاوه بر این، هنگامی که مشخص می‌شود تجهیزات در انطباق با الزامات نیستند، سازمان باید اعتبار نتایج اندازه‌گیری‌های قبلی را ارزیابی و ثبت کند. سازمان باید اقدامات مناسب را درباره تجهیزات و تمام محصولات تأثیرپذیرفته انجام دهد. سوابق نتایج کالیبراسیون و تصدیق باید نگهداری شود.

هنگامی که نرم افزارهای رایانه‌ای در پایش و اندازه‌گیری الزامات مشخص شده به کار گرفته می‌شوند، توانایی آنها در برآورده‌سازی کاربردهای مورد نظر باید تأیید شود. این موضوع باید پیش از نخستین استفاده صورت‌پذیرد و برحسب نیاز تأیید مجد شود.

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 6-7 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید به چگونگی اندازه‌گیری شمار مخاطبان (درون سازمانی یا بیرونی) توجه ویژه‌ای داشته باشد. بازنگری در روش‌ها و تجهیزات به کار رفته، به منظور ایجاد توازن نتایج کمی با نتایج کیفی، باید به طور منظم انجام شود.

8 اندازه‌گیری، تحلیل و بهبود

8-1 کلیات

بند 8-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (کلیات: سازمان باید فرآیندهای پایش، اندازه‌گیری، تجزیه، تحلیل و بهبود مورد نیاز را طرح ریزی و اجرا کند تا:
الف) انطباق محصول را نشان دهد،
ب) از انطباق سیستم مدیریت کیفیت اطمینان یابد،
ج) اثربخشی سیستم مدیریت کیفیت را به‌طور مستمر بهبود دهد.
این موضوع باید معین کردن روش‌های قابل به‌کارگیری، از جمله فنون آماری و گستره کاربرد آنها را شامل شود).

8-2 پایش و اندازه‌گیری

8-2-1 رضایت مشتریان

بند 8-2-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (رضایت مشتری: سازمان باید اطلاعات مربوط به عایدی مشتری از میزان برآورده‌سازی الزامات مشتری توسط سازمان را، پایش کند).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 8-2-1 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید اطلاعات مرتبط با درک مشتری را از حداقل پنج منبع زیر پایش کند:

الف) تعداد مخاطبان پایش شده به صورت روزانه.

ب) سنجش‌های مشخص میزان رضایت‌مندی مخاطبان در زمانهای منظم.

پ) سنجش‌های میزان رضایت آگهی دهندگان.

ت) گزارش‌های مرجع قانون‌گذاری ملی.

ث) گزارش‌های شهروندان و نهادهای جامعه مدنی.

8-2-2 ممیزی داخلی (پایش و اندازه‌گیری سیستم)

بند 8-2-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (ممیزی داخلی: سازمان باید ممیزی‌های داخلی را در زمان‌های منظم طرح‌ریزی شده انجام دهد تا میزان کارایی سامانه مدیریت کیفیت معین شود).

الف) با ترتیبات طرح‌ریزی شده با الزامات این استاندارد بین‌المللی و الزامات سیستم مدیریت کیفیتی که توسط سازمان ایجاد شده‌اند، انطباق دارد.

ب) به طرز اثربخشی استقرار یافته و نگهداری می‌شود.

یک برنامه ممیزی باید با در نظرگیری وضعیت و اهمیت فرآیندها و حیطه‌های مورد ممیزی و همچنین نتایج ممیزی‌های قبلی طرح‌ریزی شود. معیارهای ممیزی، دامنه کاربرد ممیزی، تواتر ممیزی و روش‌های آن باید تعریف شوند. در انتخاب میزان و انجام ممیزی باید از موضوعیت و بی‌طرفی فرآیند ممیزی اطمینان یافت. میزان نباید کار خودشان را ممیزی کنند.

مسئولیت‌ها و الزامات برای طرح‌ریزی و اجرای ممیزی‌ها، گزارش نتایج و نگهداری سوابق باید در یک روش اجرایی مدون تعریف شوند.

مدیرمسئول حیطه‌ای که مورد ممیزی قرار می‌گیرد، باید از اینکه اقداماتی که برای برطرف‌سازی عدم انطباق‌های یافته‌شده و علل آنها لازم‌اند و بدون تأخیر بی‌مورد صورت می‌پذیرند، اطمینان یابد. فعالیت‌های پیگیری باید شامل تصدیق اقدامات انجام شده و گزارش‌دهی نتایج تصدیق باشد.

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 8-2-2 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه‌ای باید ممیزی‌های داخلی را با فنون خودارزیابی، در هر مکان و زمانی که مناسب اجرا باشند، انجام دهد. به اصل استقلال ممیزان داخلی در مقابل بخش ممیزی شونده، باید به شدت توجه شود.

الزامات استاندارد ISO 9001:2000، در زمینه ممیزی کیفیت را سازمان رسانه‌ای باید تا حد امکان به کار گیرد.

8-2-3 پایش و اندازه‌گیری فرآیندها

بند 8-2-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (پایش و اندازه‌گیری فرآیندها: سازمان باید روش‌های مناسب به منظور پایش و در موارد مقتضی، اندازه‌گیری فرآیندهای سامانه مدیریت کیفیت را به کار گیرد).

این روش‌ها باید توانایی فرآیندها را برای دستیابی به نتایج طرح‌ریزی شده نشان دهد. هنگامی که نتایج طرح‌ریزی شده نشان دهد. هنگامی که نتایج طرح‌ریزی شده به دست نمی‌آید، اصلاحات و اقدامات اصلاحی باید بر حسب تناسب صورت پذیرد تا از تطابق محصول اطمینان حاصل شود.

الزامات ویژه فعالان رسانه

همگرا با الزامات بیان شده در بند 7-5-1 نشانگرهای کیفیت شاخص‌های کلیدی عملکرد محصول، فرآیند و سیستم یکپارچه شده و توسط «مدیر کیفیت» تهیه و توسط «کمیته کیفیت» سازمان رسانه به‌منظور آماده‌سازی زمینه اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه و بهبود مستمر، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. (رجوع شود به بند 8-5)

8-2-4 پایش و اندازه‌گیری محصول

بند 8-2-4 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (پایش و اندازه‌گیری محصول: سازمان باید ویژگی‌هایی از محصول را پایش و اندازه‌گیری کند تا بدین‌وسیله، برآورده شدن الزامات محصول را تصدیق کند).

شواهد تطابق با معیارهای پذیرش باید نگهداری شود. سوابق باید مشخص کننده فرد (افراد) دارای اختیار برای ترخیص محصول باشد. ترخیص محصول و ارائه خدمات نباید پیش از آنکه ترتیبات طرح‌ریزی شده به صورت رضایت‌بخش تکمیل شده باشد صورت گیرد، مگر آنکه به‌گونه دیگری توسط فرد دارای اختیار و در صورت مقتضی، توسط مشتری تصویب شده باشد.

الزامات ویژه فعالان رسانه

همگرا با الزامات بیان شده در بند 7-5-1 نشانگرهای کیفیت شاخص‌های کلیدی عملکرد محصول، فرآیند و سیستم یکپارچه شده و توسط «مدیر کیفیت» تهیه و توسط «کمیته کیفیت» سازمان رسانه به منظور آماده‌سازی زمینه اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه و بهبود مستمر مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. (رجوع شود به بند 8-5)

8-3 کنترل محصول نامنتطبق

بند 8-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (کنترل محصول نامنتطبق: سازمان باید اطمینان یابد که محصولی که منطبق با استانداردهای تعریف شده نیست، شناسایی و کنترل شود تا از استفاده یا تحویل ناخواسته آن جلوگیری شود).

8-4 تحلیل داده ها

بند 8-4 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (تجزیه و تحلیل داده ها: سازمان باید داده‌های مناسب را تعیین، جمع آوری و تجزیه و تحلیل کند تا تناسب و اثربخشی سامانه مدیریت کیفیت را نشان دهد و ارزیابی شود که در کدام مکان‌ها بهبود مستمر اثربخشی سامانه مدیریت کیفیت می‌تواند، صورت پذیرد).

این موضوع باید شامل داده‌های به وجود آمده به‌عنوان نتایج پایش و اندازه‌گیری و سایر منابع مرتبط باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها باید اطلاعات مربوط به موارد زیر را فراهم آورد:
الف) رضایت مشتری،

ب) انطباق با الزامات محصول، (براساس طرح‌ریزی اولیه)

ج) ویژگی‌ها و جهت‌گیری‌های فرایندها و محصولات و از جمله فرصت‌هایی برای اقدامات پیشگیرانه،

د) تأمین‌کنندگان.

الزامات ویژه فعالان رسانه

همسو با الزامات بیان شده در بند 7-5-1 مدیر کیفیت مجموعه در دسترس برای تأمین کیفیت، شاخص‌های کلیدی عملکرد محصول¹، فرآیند و سامانه را یکپارچه و آن را تهیه می‌کند و به وسیله " کمیته

¹ KPIs(Key Performance Indicator)

کیفیت "سازمان رسانه، به منظور آماده سازی زمینه اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه و بهبود مستمر تجزیه و تحلیل می نماید. (رجوع شود به بند 8-5)

8-5 بهبود

8-5-1 بهبود مستمر

بند 8-5-1 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (بهبود مستمر: سازمان باید به طور مستمر، اثربخشی سامانه مدیریت کیفیت را از طریق به کارگیری خط مشی کیفیت، هدف های کیفی، نتایج ممیزی ها، تجزیه و تحلیل داده ها، اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه و بازنگری مدیریت بهبود بخشد).

الزامات ویژه فعالان رسانه

افزون بر الزامات بند 8-5-1 از استاندارد ISO 9001:2000 سازمان رسانه ای بهبود مستمر را با استفاده از

«مجموعه های اصلی بهبود کیفیت» نشان دهد. مجموعه های اصلی بهبود کیفیت، همه تصمیم های گرفته شده برای اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه را بر اساس ترکیب و تجزیه و تحلیل همه اندازه گیری های انجام شده بر روی برنامه ها، فرآیندها و سامانه ها ثبت میکند.

8-5-2 اقدام اصلاحی

بند 8-5-2 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (اقدام اصلاحی: سازمان باید اقداماتی را که برای برطرف سازی علت عدم انطباق ها و به منظور جلوگیری از بروز مجدد آنها به عمل آورد. اقدامات اصلاحی باید متناسب با آثار عدم انطباق ها بروز یافته باشند).

8-5-3 اقدام پیشگیرانه

بند 8-5-3 از استاندارد ISO 9001:2000 باید بکار برده شود. (اقدام پیشگیرانه: سازمان باید اقداماتی را برای حذف علل عدم انطباق های بالقوه جهت جلوگیری از بروز آنها انجام دهد. اقدامات پیشگیرانه باید متناسب با آثار مشکلات بالقوه باشند).