

١٠

« المحاضرة العاشرة » إدارة المؤسسات الصحفية الاتصال الإداري في المؤسسات الصحفية

تتمثل وسائل الاتصال التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية بالاتصال المواجهي والاتصال عن طريق الهاتف والاتصال البرقي، والهاتف والكمبيوتر والرسائل الإلكترونية واستخدام أي وسيلة من هذه الوسائل يرتبط بعدة عوامل؛ هي:

(١) طبيعة الرسالة: التي سوف تنقل، فقد يفضل مدير الإذاعة مثلا ان يبلغ احد موظفيه شخصيا نبأ ترقيته، وحينما يقرر نفس المدير صرف علاوات لموظفي محطته فقد يبلغهم ذلك عن طريق كتاب اداري (رسالة) فطبيعة الرسالة تحدد الوسيلة المناسبة.

(٢) موقف المرسل من المستقبل: لا شك ان المواقف الشخصية تحكم في اختيارنا للوسيلة الإعلامية، وتؤكد الطبيعة البشرية على حرصنا على مخاطبة من نحب او نستلطف مباشرة، وينعكس هذا على العلاقة بين المدراء والمرؤوسين اذ قد يستغني رئيس التحرير بالحديث هاتفيا مع احد رؤساء اقسامه بدلا من الحديث المواجهي لكونه لا يستسيغ الحديث معه، ويفضل المرؤوس الحديث المباشر مع رئيسه بشأن اجازته او ترقيته اذا كان يشعر ان علاقتهما تتسم بالود مما يؤثر على قرار

الرئيس اكثر مما لو قدم المرؤوس ذلك كتائبا
 يمر عليه بالطريق الاداري.

(٣) مركز المتصل: مركز المتصل هام في
 اختيار امنية الاتصال التي يريد، فالمدير او
 الرئيس في الاذاعة او التلفزيون او الصحافة
 يقرر الوسيلة المناسبة التي يريد بها مخاطبة
موظفيه، اذ انه قد يستدعي الموظف ليناقدش معه
شخصيا موضوعا ما، او يناقدشه معه بالهاتف او
قد يكلفه برسالة بدراسة هذا الموضوع او الرد
عليه.