

محتوى إدارة المؤسسات الإعلامية

م-٢/٢ مفهوم واليات الادارة الاعلامية

ان طبيعة ادارة المؤسسات الاعلامية نابع من الطبيعة الخاصة لادارة تلك المؤسسات والتي تختلف عن غيرها من ادارة الشركات والمصانع من عدة اوجه ومنها

(١) طبيعة المواد المنتجة (الرسائل الاعلامية) ذات طبيعة مميزة وذات تاثيرات متعددة على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع، وهذا ما يجعل لتاثيرات البيية على المؤسسات الاعلامية اهمية خاصة.

(٢) ان طبيعة المواد الاعلامية تمتاز من حيث الزمن بضرورة مواكبة الحدث والسرعة في التغطية والتعامل معهم وهذا يؤثر على طبيعة العمل الاداري وسرعة اتخاذ القرار في المؤسسة.

(٣) ان التشريعات الوقائية التي تسنها المجتمعات وقوانين السيطرة والضبط على المهنة الاعلامية

(٢-١)

تتنوع على انماط متعددة مما يجعل ادارة المؤسسة الاعلامية بحاجة الى اكثر من رؤية للعملية الادارية.

4- ان طبيعة التنافس في المؤسسات الاعلامية لا يرتبط بحسب باسلوب الرسالة الاعلامية كمواد وانما ايضا يرتبط بمضمون هذه الرسالة الاعلامية، ومن ثم فان التنافس يكمن في الحصول على افضل الكفاءات التي تستطيع تقديم افضل الرسائل الاعلامية للجمهور شكلاً ومضموناً، وهذا يتطلب في اغلب الاحيان من الادارة الحرص على العاملين فيها بما لديهم من كفاءات وخبرات نادرة.

5- ان ادارة المؤسسة الاعلامية تحتاج الى وعي كامل باهمية الانسان والال' والزمان والمكان في اطار التخطيط والتنفيذ، حيث تحقق افضل الاداء في سبيل تحقيق اهدافها.

6- ان طبيعة العمل الاعلامي هو كل متكامل يكون كل فرد فيه دوره الاساسي مهما تضائل مركزه الوظيفي ومن ثم فان هذا الادراك لاهمية الافراد ان يستلزم ادراكاً شمل بطبيعة العلاقة بين جماعات العمل وسلوكها وانماط اتصالها واسلوب القيادة فيها.

— —

— —