

إدارة المؤسسات الإعلامية

DGM411

الدكتور: توفيق عمري

مدخل مفاهيمي في إدارة المؤسسات الإعلامية الرقمية

المحاضرة الأولى



المحاضرة الأولى

محتويات المحاضرة :

- 1- مقدمة.
- 2- تعريف المؤسسة الإعلامية.
- 3- تعريف المؤسسة الإعلامية الرقمية.
- 4- وظائف المؤسسة الإعلامية الرقمية.
- 5- نماذج أنواع المؤسسات الإعلامية الرقمية.
- 6- خصائص المؤسسات الإعلامية الرقمية.
- 7- عناصر إدارة المؤسسة الإعلامية.
- 8- الفرق بين الإدارة العامة وإدارة المؤسسة الإعلامية.
- 9- خلاصة.



إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي، تعني تبني إستراتيجيات مبتكرة، وتقنيات متطورة، لمواكبة التغيرات السريعة، التي أحدثتها الثورة الرقمية في صناعة الإعلام. في هذا العصر، أصبحت المؤسسات الإعلامية مطالبة بالتكيف مع نماذج جديدة، للإنتاج والتوزيع، حيث تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا الرقمية، الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات، لفهم جمهورها بشكل أعمق. كما تتطلب هذه الإدارة تطوير سياسات واستراتيجيات مرنة، تواكب الاتجاهات الناشئة مثل: الإعلام التفاعلي والبيث الحي وتحقيق التوازن بين جودة المحتوى والسرعة في نشره. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن تستند الإدارة الرقمية إلى تعزيز التعاون بين فرق العمل المختلفة، باستخدام أدوات حديثة لتحسين الإنتاجية.

تتفرع المؤسسات الإعلامية الى :

- 1- مؤسّسات صحفية
- 2- مؤسّسات إذاعية
- 3- مؤسّسات تلفزيونية
- 4- مؤسّسات البث الفضائي
- 5- وكالات أنباء
- 6- دور نشر
- 7- شركات إعلانات



تعريف المؤسسة الإعلامية:

"يطلق هذا الوصف على أي منظمة إعلامية أو مؤسسة أو كيان، يهتم بنشر الأخبار للجماهير، وذلك باستخدام عدد من الوسائل الإعلامية: إمّا بمجموعة من الوسائل، أو باستخدام وسيلة واحدة ، كقناة تلفزيونية أو إذاعة ما، أو صحيفة ورقية أو إلكترونية، بحيث يكون التواصل والاتصال، بصيغة جماهيرية واسعة النطاق « . وتتميز المؤسسة الإعلامية، بأنها تهتم بإنتاج وتوزيع المعرفة (كالإعلان والثقافة).



وبناءً على هذا التعريف، فإنّ هناك مجموعة من الخصائص للمؤسسات الإعلامية منها:

- أنّها كيان اجتماعي، فيها فريق عمل، يتفاعل مع بعضه لتحقيق هدف معين.

- تحقيق هدف المؤسسة الإعلامية لا يكون عشوائياً، إنّما بناءً على تخطيط دقيق .

- تمارس الأعمال في المؤسسة الإعلامية، بشكل مستمر.

- هناك إختلاف بين المؤسسات الإعلامية، من حيث النشاط.

المؤسسة الإعلامية الرقمية: هي تنظيم مهني، يعتمد على التّقنيات الرّقمية، في إنتاج ومعالجة ونشر المحتوى الإعلامي، عبر المنصّات الإلكترونية المختلفة، ويتميّز بمرونته العالية، وقدرته على التفاعل المباشر مع الجمهور، وسرعة الاستجابة للتغيرات التكنولوجية والبيئية.



تَضطلع المؤسسات الإعلامية الرّقمية بوظائف أساسية، بعدّها نشاطاً فردياً وجماعياً، يشمل كلّ الأفكار والحقائق والبيانات والمشاركة فيها، ويمكن تحديد الوظائف الرئيسة التي تؤدّيها المؤسسات الإعلامية الرّقمية، في أيّ نظام إجتماعي في الوظائف التالية:



المؤسسة الإعلامية الرقمية

DeeVid AI



1- الوظيفية الإعلامية والإخبارية:

وتتمثل في جمع الأنباء والرسائل، وتخزينها ومعالجتها ونشرها، والبيانات والصُّور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة، من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية، والتّصرف تجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من إتخاذ القرارات الصّائبة.



2-وظيفة التّشّئة الاجتماعية:

وتتّحصر هذه الوظيفة في توفير رصيد مشترك من المعرفة، يمكّن الأفراد من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع، الذي يعيشون فيه، ودعم التآزر والوعي الاجتماعي، وبذلك تتوفّر المشاركة النّشطة في الحياة العامة.



3-وظيفة خلق الدوافع:

ويقصد بذلك أنَّ المؤسسة الإعلامية، تُسهم في دعم الأهداف المباشرة والنهائية لكلِّ مجتمع، وتشجيع الإختيارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات، والتي تتَّجه نحو تحقيق الأهداف المتَّفَق عليها.



4- وظيفة الحوار والنقاش:

يُسهم الإعلام في توفير وتبادل الحقائق اللازمة، لتوضيح مختلف وجهات النظر، حول القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة. لدعم الاهتمام والمشاركة على نحو أفضل، بالنسبة لكلّ الأمور، التي تهمّ الجميع محلياً وقومياً وعالمياً.



5 -وظيفية التربية:

تتمثل في نشر المعرفة، على نحوٍ يعزّز النمو الثقافي، وتكوين الشخصية، وإكتساب المهارات والقدرات في مراحل العمر كافة.



6 - وظيفة النهوض الثقافي:

تسعى المؤسسة الإعلامية إلى نشر الأعمال الثقافية والفنية، بهدف المحافظة على التراث، والتطوير الثقافي، عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله، وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدراته على الإبداع.



7 - الوظيفة الترفيهية:

وتتمثل في إذاعة وبثّ ونشر التمثيليات
الروائية والرقص والفن والأدب والموسيقى
والأصوات والصور، بهدف الترفيه والإمتاع
على الصّاعدين الشّخصي والجماعي.



8 - وظيفة التكافل:

وتتمثل في توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم، بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة، تحقّق حاجتهم في التعارف والتّفاهم، والتّعرف على ظروف معيشة الآخرين ووجهات نظرهم وتطلّعاتهم.



1. المؤسسات الإخبارية الرقمية:

تشمل الصحف الإلكترونية، القنوات الإخبارية عبر الإنترنت، والإذاعات الرقمية. من أهدافها : نقل الأخبار بسرعة، التغطية الفورية، تقديم تحليلات معمقة.

CNN Arabic Online



<https://arabic.cnn.com/>

الجزيرة.نت



<https://www.aljazeera.net/>

2. المؤسسات الإعلامية الترفيهية الرقمية

تقدم محتوىً ترفيهيًا: أفلام، مسلسلات، الموسيقى، الألعاب. وتعتمد على المنصات الرقمية والتطبيقات، التي قد تكون مجانية أو بالاشتراك، ومن أهدافها الرئيسية: التسلية.

NETFLIX

<https://www.netflix.com/dz/>



<https://poki.com/ar>



<https://open.spotify.com/intl-fr/>

3. المؤسسات الإعلامية التعليمية/التثقيفية الرقمية:

تركز على إنتاج محتوى تعليمي وتثقيفي (دورات، محاضرات، وثائقيات). ومن أهدافها الرئيسية: - نشر المعرفة - التعليم عن بُعد - تدريب المهارات.



<https://www.edraak.org/about-us/>

coursera

<https://www.coursera.org/>



Khan Academy

<https://www.youtube.com/@khanacademy>

4. المؤسسات الإعلامية التسويقية/الإعلانية الرقمية

متخصصة في صناعة المحتوى الإعلاني والتسويق عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. تشمل وكالات التسويق الرقمي وإدارة العلامات التجارية . ومن أهدافها الرئيسية : - الترويج للمنتجات والخدمات - بناء الهوية الرقمية - إدارة الحملات.



<https://www.qeematech.net/>

SHEIN

<https://us.shein.com/>

5. المؤسسات الإعلامية التفاعلية (وسائل التواصل الاجتماعي):

تقدم منصات لخلق وتبادل المحتوى من طرف الجمهور، الجمهور فيها هو المنتج والمستهلك للمحتوى في نفس الوقت. ومن أهدافها الرئيسية : - تمكين الجمهور من إنتاج المحتوى -بناء شبكات اجتماعية - تعزيز المشاركة.



facebook

6. المؤسسات الإعلامية المتخصصة

مواقع ومنصات إخبارية متخصصة تركّز على مجال معين: رياضة، صحة، اقتصاد، تكنولوجيا، وتهدف إلى : - التركيز على مجال محدد (رياضة، صحة، تكنولوجيا...) - خدمة جمهور خاص.



<https://techcrunch.com/>



<https://www.kooora.com/>

خصائص المؤسسات الإعلامية الرقمية

أولاً: التفاعلية:



الجمهور شريك في صناعة المحتوى :

بث مباشر



مشاركة



تعليقات

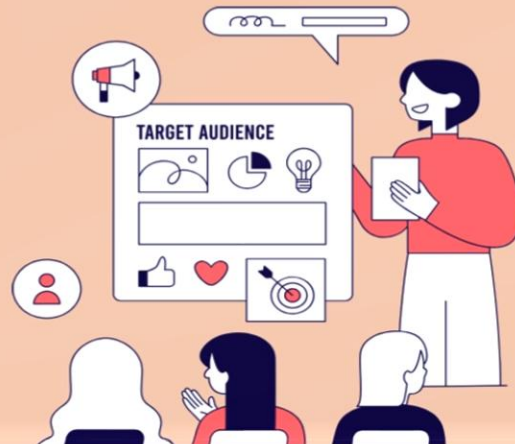


خصائص المؤسسات الإعلامية الرقمية



ثانياً: الانتشار الآني

الوصول إلى جمهور واسع وفي وقت قصير.



خصائص المؤسسات الإعلامية الرقمية



تنوع الوسائط:

بودكاست



إنفوغرافيك



فيديوهات



صور



نصوص



خصائص المؤسسات الإعلامية الرقمية

رابعاً: المرونة والابتكار



التكيف مع التكنولوجيا الحديثة

تحليل بيانات



ذكاء اصطناعي



خصائص المؤسسات الإعلامية الرقمية

خامسا: الرّيادة العالمية



إمكانية وصول المحتوى والإنتاج الإعلامي، إلى أيّ مكان في العالم، وكذا إحتلال مواقع ريادية، لإسم المؤسسة وكيانها وتواجدها.

إنَّ أي مؤسسة تهدف إلى تحقيق أهداف معينة، ومهما اختلفت طبيعة المؤسسة، فإنَّ إنشاءها من المفترض أن يسعى إلى تحقيق هدف يتلاءم مع هذه الطبيعة، ومن ثمَّ ، فإنَّ مؤسسة إعلامية تهدف إلى الإخبار والتوجيه والترفيه... الخ، ستختلف عن مؤسسة أخرى تهدف إلى التعليم مثل: الجامعة .

إنَّ كل واحدةٍ من هذه المؤسسات، يمكن إعتبارها مؤسسة ذات طبيعة معينة، ومن ثمَّ فإنَّ شكل إدارتها، يختلف باختلاف هذه الطبيعة. ومهما اختلفت أشكال المؤسسات أو المنظّمات، فإنَّها تتفق باشتراكها في عناصر أساسية:



1-الأهداف :

والمقصود بأهداف المؤسسة، تلك النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهد أفرادها وإمكانياتها المتاحة من خلال :

- تحفيز الجمهور لتحريك البلد سياسيا، تجاه وحدة وطنية ضد دعاية مغرضة .
- ترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة.
- تعليم الجمهور (برامج تعليمية غير رسمية) .
- تغيير السلوك .
- الترفيه والتسلية .

أولاً: اهداف استراتيجية طويل الأمد
ثانياً : اهداف تكتيكية قصيرة الأجل



2.- كادر المؤسسة من موظفين وعمال

إن أي مؤسسة تقوم عادةً، على جهد إنساني واستثمار هذا الجهد، بتوظيف الكفاءات اللازمة، في المواقع المناسبة. وهكذا فإنّ عصب أي مؤسسة يتمثل بأفرادها.

فنجد: الكاتب والصحفي والمخرج والمحاسب والإداري والطابع والفني، مصمم المواقع والرسام والموظف المكتبي والسكرتير... الخ.



3 - رأس المال:

مهما كانت طبيعة المؤسسة، فإنّ المال أو ميزانية المؤسسة، أساس لممارسة نشاطها. وفي الوطن العربي بصفة عامة، نقف أمام نموذج من تمويل المؤسسات الإعلامية :

المؤسسات الصحفية شبة الخاصة وهي مؤسسات ذات طبيعة حكومية، ولكن لها استقلالها الإداري والمالي، والتي تستطيع أن تغطّي نفقاتها من نشاطها التجاري.

<https://akhbarelyom.com/><https://www.ahram.org.eg/>

4 : المقر ومكملاته (وسائل، عتاد):

هذا المقر يجب أن يتلاءم مع طبيعة عمل المؤسسة ونشاطها، وأن يشتمل على كلّ الأدوات والآلات والمعدّات اللازمة، لإنجاز نشاط المؤسسة.

فالإذاعة الرّقمية مثلاً: تحتاج إلى مقر يشتمل على إستوديوهات وأجهزة إرسال وتسجيل وأرشيف ومكاتب الموظفين .. الخ .
والجريدة تحتاج إلى مقر يتّسع للمحررين، وأجهزة الإستقبال والوكالات وشبكة الاتصال الهاتفي و آلات التصوير ومعامل الطّبع والتحميض و آلات الطباعة وغيرها.



5- نشاط المؤسسة :

إنَّ نشاط أي مؤسسة، هو ثمرة الجهد الإنساني، سواءً كان عقليا فكريا أو عضليا ، فطبيعة الجريدة اليومية تختلف عن المجلة وعن الكتابومن ثمَّ فإنَّ هذه الوسائل الإعلامية، تختلف فيما بينها اختلافات في الدرجة، وإنَّ إتفقت في الهدف كذلك، فإنَّ هذه الرسائل المطبوعة أو الإلكترونية، تختلف عن البرامج الإذاعية أو التلفزيونية، وإن كانت تلتقي في الهدف.

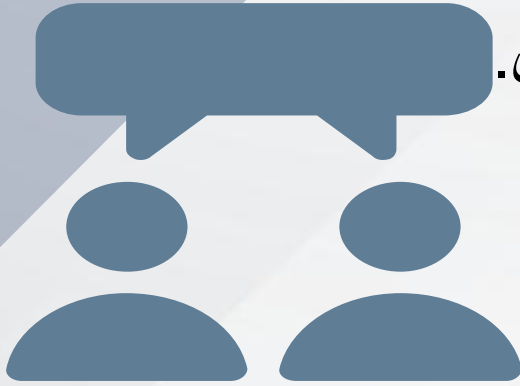


6- الإتصال:**أ- إتّصال داخلي:**

ومن خلاله يمكن معرفة طريقة سير عمل المؤسسة، من خلال قنوات الاتصال بين الرؤساء والمروّوسين.

ب- إتّصال خارجي:

ويتمثّل باتّصال المؤسسة بما هو خارجها، من مؤسسات أخرى أو زبائن.



الفرق بين الإدارة العامة وإدارة المؤسسة الإعلامية

المؤسسة العامة



المؤسسة الإعلامية



الإدارة العامة أشمل وأوسع، لأنها تُدير شؤون المجتمع والدولة ككل، بينما، إدارة المؤسسة الإعلامية، فرع متخصص يهتم بكيفية تسيير مؤسسة إعلامية، لتحقيق أهداف مهنية وتجارية وتواصلية.

الإدارة الإعلامية

تنظيم وتسيير مؤسسة إعلامية خاصة أو عامة (قناة تلفزيونية، إذاعة، جريدة، موقع إخباري).

إنتاج محتوى إعلامي هادف، كسب الجمهور، ضمان الاستمرارية المالية، التأثير في الرأي العام.

الطابع الإبداعي والديناميكي، تحتاج سرعة اتخاذ القرار ومواكبة الأحداث الفورية.

قد تكون أكثر مرونة، فيها أقسام (تحرير - إنتاج - تسويق - تقنية - إدارة الموارد البشرية).

تمول من الإعلانات، الاشتراكات، المبيعات، أحياناً الدعم الحكومي.

النطاق

الأهداف

طبيعة العمل

الهيكل التنظيمي

الموارد

الإدارة العامة

تسيير شؤون الدولة أو المنظمات الحكومية، وتشمل كل القطاعات

تحقيق الصالح العام، تقديم خدمات للمواطنين، تطبيق القوانين والسياسات العامة..

الطابع الإداري، إجراءات رسمية، قرارات بطيئة أحياناً بسبب التعقيد التنظيمي.

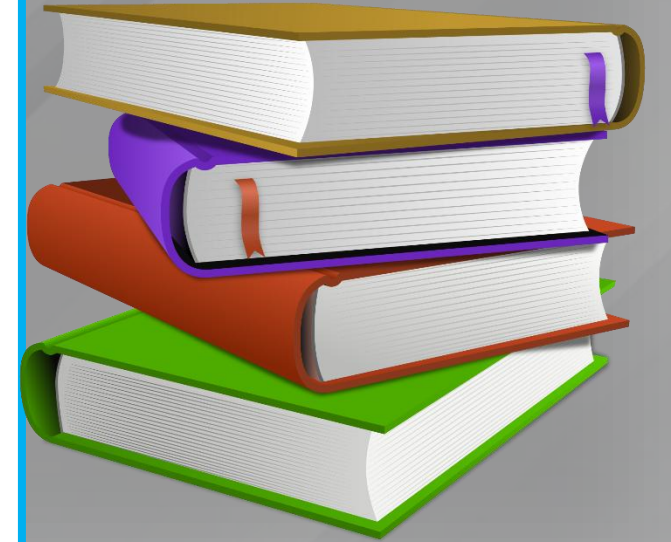
هرمية صارمة، سلطات موزعة حسب الوزارات والمصالح.

تمول أساساً من ميزانية الدولة

خلاصة:

المؤسسة الإعلامية الرقمية، ليست مجرد وسيلة للنشر عبر الإنترنت، بل هي **نظام متكامل**، يجمع بين الإدارة الإعلامية الحديثة والتكنولوجيا الرقمية، من أجل الوصول إلى جمهور واسع، والتأثير فيه، عبر محتوى متجدد وتفاعلي.

- 1- البلوشي عبد الله بن مبارك: "إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي"، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2020.
- 2- الدليمي عبد الرزاق: "إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، 2014.
- 3- الشكعة سامي: "الإدارة الإعلامية في المؤسسات الصحفية"، دار الفكر العربي، 2010.
- 4- زيد عبد الله: "إدارة الإعلام: الأسس والتطبيقات"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2016.
- 5- عبد العزيز ياسر: "إدارة المؤسسات الإعلامية في ظل الإعلام الجديد"، المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، مصر، 2018.
- 6- سمير الهاشمي: "استراتيجيات التسويق الإلكتروني"، دار صفاء، عمّان، 2020 .
- 7- كفاح الربيعي: "التسويق الرقمي وإدارة الحملات الإعلانية"، دار وائل، الأردن، 2021.



تمنياتي للجميع بالتوفيق والسداد