



المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
Technical and Vocational Training Corporation



معهد المشير للتدريب
Almusheer Leading Training

دورة تأسيس إدارة إعلامية بالمنظمات

مقدمة عن دور تأسيس إدارة إعلامية بالمنظمات



مقدمة عن دوره تأسيس إدارة إعلامية بالمنظمات

هناك بعض الضوابط الأخلاقية والشرعية للعمل الإعلامي، وهذا الموضوع يرتبط بما يُسمى: أخلاق المهنة أو أخلاق العمل؛ فكل مهنة أو عمل محكوم بضوابط ومعايير أخلاقية، ونريد أن نعرف ما هي المعايير الأخلاقية المتوقعة للعمل الإعلامي؟ هل هو متحرر من الأساس من أي معيار أخلاقي أو أن هناك معايير تحكمه؟ ثم ما هي المعايير الشرعية التي ينبغي عليه الالتزام بها؟ وهل هو متحرر من المعايير الشرعية الدينية أو لا؟

العمل الإعلامي

لإعلام هو مصطلح يطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلا أن الإعلام يتناول مهاماً متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصاً بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع) تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع.

أولاً: خصائص العمل الإعلامي

□ 1) الإعلام نشاط اتصالي مقوماته (مصدر المعلومات ،الرسالة الإعلامية ،الوسائل الإعلامية التي تنقل الرسائل)

■ 1. المصدر SOURCE، أو المرسل وهو العنصر الرئيسي في العملية الاتصالية وهو الطرف الذي قام بإنشاء الرسالة وصياغة الأفكار في رموز تعبير عن معاني وتحوّل إلى رسالة توجه إلى جمهور معين بهدف ما لإحداث تأثير. عند هذا الجمهور، وقد يكون المصدر إما فرداً واحداً أو مجموعة من الأفراد، وقد يكون مؤسسة أو شركة، ولكي ينجح المرسل في عملية الاتصال فلا بد أن تتوافر فيه عدد من الصفات القدرة اللغوية والتعبير بوضوح المتنطق المؤثر والقدرة على الاقناع المعلومات الكافية عن الموضوع (موضوع الرسالة).

أولاً: خصائص العمل الإعلامي

2. الرسالة الإعلامية Message وهي مضمون السلوك الاتصالي والمنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بمواضيع معيينة يتم التعبير عنها رمزيًا سواءً باللغة المنطقية أو غير المنطقية، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها.
- لابد أن تحتوي الرسالة على معلومات يحاول المرسل إيصالها لغرض انساني أو تجاري أو خدمي أو أي غرض آخر يستطيع من خلالها المتلقى أن يكون وجهة نظر قد يجعله يتفاعل سلبًا أو إيجابًا مع مضمون هذه الرسالة

أولاً: خصائص العمل الإعلامي

3. الوسيلة الإعلامية Chanel وتعرف بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال فهي في الاتصال الجماهيري تكون الصحفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الاتصال الجماعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات.

أولاً: خصائص العمل الإعلامي

4-جمهور المتكلمين Audience : وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها وهو أهم حلقة في العملية وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال، ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه ودرجة ثقافته وميوله بالنسبة إلى المرسل كل ذلك يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور ونجاحها.

يُتَسَمُ الْإِعْلَامُ بِالصَّدْقِ وَالدِّقَّةِ وَالصِّرَاحَةِ :

◻ عندما نتكلّم عن أخلاقيات المهنة لا شك أننا نتكلّم عن جملة من المبادئ والقيم التي تحكم طبيعة العمل الفنى، وتهدف هذه المبادئ إلى تكوين وتشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية الإعلامية، فلقد حظي الإعلام في هذه الأيام بمكانة هامة على الصعيدين المحلي والعالمي، ووصل إلى درجة كبيرة من الأهمية والمكانة، في ظل هذه الوسائل المرئية، من تلفزيون وفضائيات ودور سينما ومسارح، وعالم من الانترنت، الأمر الذي أدى إلى تجاوزات ومخالفات شرعية وأخلاقية ووصل الحد في غالب هذه الوسائل إلى أدنى المستويات.

ثانياً: التعرف على التخطيط الاستراتيجي والتشغيلي ومراحله في إدارة المنظمة





ما هو التخطيط الاستراتيجي

ما هو التخطيط الاستراتيجي؟

التخطيط الاستراتيجي هو وضع خطة أو خارطة طريق لتحقيق أهداف المنظمة طويلاً المدى، والتي تتحقق عن طريق اتباع خطوات محددة مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الداخلية والخارجية.

وعرف هاري كوبن التخطيط الاستراتيجي في ورقة بحثية بأنه "الوسيلة التي عن طريقها يمكن إحداث تغييرات في اتجاهات المنظمة، وتحليل آثارها الحالية، ووضع استراتيجية لمعالجة الأحداث المستقبلية لها".

- ويسعى التخطيط الاستراتيجي للإجابة عن سؤالين هما:
- ما الوضع الحالي لصاحب المنظمة؟
- كيف تريد أن تصبح المنظمة في المستقبل؟

ثانياً: أهمية التخطيط الاستراتيجي؟

تتركز الأهمية المطلقة للتخطيط الاستراتيجي في ربط وتحليل أهداف المنظمة بالبيئة المحيطة لها لتحقيق أهدافها المستقبلية، و استناداً إلى ما سبق فإن وضع خطة استراتيجية يجعل المنظمة قادرة على تتبع خطواتها نحو تحقيق الهدف بفاعلية أكبر، و عندما يفهم كل قسم الاستراتيجية الخاصة بالمنظمة، سيصب كل جهد في محله الصحيح وينعكس تأثيره بشكل كلي على المنظمة.

عناصر الخطة الاستراتيجية:

تنقسم الخطة الاستراتيجية إلى عناصر عدة وهي:

العنصر الأول: الرؤية

العنصر الثاني :الرسالة

العنصر الثالث : القيم

العنصر الرابع :الأهداف الاستراتيجية

العنصر الخامس: الأهداف المرحلية



العنصر الأول: الرؤية

تمثل التصور العام للمنظمة والطموحات التي ترغب المنظمة في تحقيقها مستقبلاً، وعادة تكون من جملة واضحة يتم اختيار كلماتها بعناية ووضوح، كما تمثل الرؤية للصورة الذهنية التي ترغب المنظمة في ترسيرها في أذهان موظفيها وعملائها.



العنصر الثاني: الرسالة

تمثل الغرض من إنشاء المنظمة وأهدافها العامة التي ترغب في الوصول إليها خلال الفترة الحالية، كما تضع الرسالة الخطوط العريضة لمهام المنظمة والأهداف التي نشأت من أجلها، وتنكتب الرسالة بعناية في فقرة مختصرة، وتتضمن معلومات مثل هوية المنظمة، والخدمات، والجهات المستفيدة.

العنصر الثالث: القيم

تمثل في المبادئ العامة والقيم الأخلاقية التي تتعهد المنظمة في الالتزام بها، وهي وسيلة لإظهار مدى التزام المنظمة بالمعايير والضوابط الأخلاقية تجاه المجتمع، ولا توجد صيغة موحدة للقيم ولكن دائمًا ما تكون مرتبطة بمبادئ السامية التي تحكم العلاقة بين الإدارة والموظف والعملاء.



العنصر الرابع: الأهداف الاستراتيجية

تأتي مرحلة الأهداف الاستراتيجية بعد الاتفاق على رؤية المنظمة والموقع الذي تريده الوصول إليه مستقبلاً، ويتم وضع الأهداف بدقة عالية لتراعي نقاط القوة والضعف واستغلال الفرص المتاحة





العنصر الخامس: الأهداف المرحلية

حدد بعد وضع الأهداف الاستراتيجية المتفق عليها مع الأخذ في الاعتبار وضع المنظمة الحالي وأهدافها المستقبلية، وبدء مرحلة تنفيذها على أرض الواقع، حيث تظهر الحاجة إلى وضع أهداف قصيرة المدى تختلف أغراضها ولكنها ضرورية وتصب في النهاية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة، ويعتبر تحقيق تلك الأهداف مؤشر جيد على قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف الاستراتيجية، وعادة لا تزيد المدة المسموحة لتحقيق تلك الأهداف عن عام واحد، ولذلك يتم تجديدها في خطة العمل السنوية.

هل التخطيط الاستراتيجي يختص بالمنظمات الكبرى فقط؟

