

عناصر الإدارة الحديثة

الإدارة هي انجاز للأهداف من خلال القيام بالوظائف الإدارية الخمس الأساسية:

- ١- **التخطيط:** توقع المستقبل وتحديد أفضل السبل لإنجاز الأهداف التنظيمية ووضع الخطط الاستراتيجية (لخمس سنوات فأكثر) والخطط التفصيلية لكل سنة.
- ٢- **التنظيم:** تصميم هيكل أساسي للمهام والصلاحيات بحيث يعرف كل موظف في الإدارة واجباته ومهامه الوظيفية والسياسات واللوائح التي تحكم الموارد البشرية.
- ٣- **التوظيف:** اختيار وتعيين وتدريب ووضع الشخص المناسب في المكان المناسب (يجب قبل التعيين وضع المهام والمهارات المطلوب توفرها في الشاغلين للوظائف).
- ٤- **التوجيه:** إرشاد وتحفيز الموظفين باتجاه أهداف المؤسسة بحيث تصب في تحقيق الهدف الرئيس للمؤسسة وفي نفس الاتجاه والا سوف يؤثر على التقدم العام للمؤسسة (لابد من اطلاع الموظفين على الأهداف حتى يكونوا جزءا من النجاح المتحقق ويساهم الجميع في الوصول اليه).

٥- الرقابة: مراقبة اداء المنظمة وتحديد مدى تحقيق الاهداف أم لا،
ولابد من وجود عملية تقييم مستمر للأداء ووضع الخطوات
التصحيحية اللازمة لإبقاء مسار العمل نحو الهدف الرئيس.

مفهوم واليات الادارة الإعلامية

ان طبيعة ادارة المؤسسات الاعلامية نابعة من الطبيعة الخاص لإدارة تلك
المؤسسات والتي تختلف من ادارة الشركات والمصانع من عدة اوجه ومنها:

١- طبيعة المواد المنتجة(الرسائل الإعلامية) ذات طبيعة مميزة وتأثيرات
متعددة على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع وهذا مايجعل لتأثيرات البيئة
على المؤسسات الإعلامية أهمية خاصة.

٢- طبيعة المواد الإعلامية 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 الإعلامية تتنوع على انماط متعددة مما يجعل ادارة المؤسسة
الإعلامية بحاجة الى اكثر من رؤية للعملية الادارية.

٤- ان طبيعة التنافس في المؤسسات الإعلامية لا يرتبط بحسب أسلوب
الرسالة الإعلامية كمواد وانما يرتبط بمضمون هذه الرسالة، والتنافس يكمن
في الحصول على افضل الكفاءات التي تستطيع تقديم افضل الرسائل

الإعلامية للجمهور شكلا ومضمونا وهذا يتطلب من الإدارة الحرص على العاملين فيها بما لديهم من كفاءات وخبرات نادرة.

٥- ان إدارة المؤسسات الإعلامية تحتاج الى وعي كامل بأهمية الانسان والآلة والزمان والمكان في اطار التخطيط والتنفيذ حيث تحقق أفضل الاداء في سبيل تحقيق أهدافها.

٦- ان طبيعة العمل الاعلامي هو التكامل لكل فرد فيه دوره الاساسي مهما تضائل مركزه الوظيفي ومن ثم فان الادراك لأهمية الافراد ان يستلزم ادراكا أشمل بطبيعة العلاقات بين جماعات العمل وسلوكها وانماط اتصالها وأسلوب القيادة فيها.

المرونة في الإدارة الإعلامية

للمرونة في إدارة المؤسسات الإعلامية مزايا كثيرة منها:

١- توظيف والاحتفاظ بفريق العمل ذي الكفاءة والذي قد لا يتمكن من العمل في الاوقات التقليدية.

٢- تكافؤ الفرص : ساعات العمل المعتادة غالبا ما تحرم السيدات ذوات المسؤوليات الاسرية واللاتي يقمن برعاية اطفالهن والمعاقين من اية فرصة للعمل.

٣- مرونة في تكييف بعض نماذج العمل وفقا للظروف التي يمر بها الموظفون خاصة بمواجهة بعض الفترات العصبية أو بعض المصاعب.

٤- قدرة أكبر على معالجة العجز في المهارات.

٥- عودة عدد كبير من الموظفين بعد انقطاعهم في فترات الاجازة للحصول على التدريب الاستثماري.

هناك طريقتان للقيام بهذه الاستراتيجيات:

طريقة الثواب: تقديم مكافآت للمتميزين في العمل تحفيزا للآخرين ولإشعار المثابرين باهتمام الادارة بهم واحساسهم بما يقدمونه.

طريقة العقاب : اتخاذ العقوبات بحق المقصرين لجعل الموظفين الاخرين في حذر دائم لعد ارتكاب الاخطاء والتقصير في العمل

كيف يتصرف المديرين؟

للأسف في دول العالم الثالث يميل المدراء الى طريقة العقوبات أكثر من المكافأة لشعورهم بنقص الثقة في انفسهم والاضطراب وعدم التأكد وهم لا يشعرون بالطمأنينة وينعكس ذلك في سلوكهم المليء بالتهديد والتتمر لدى الموظفين.

الاستفادة من المرونة؟

ان العمل بطريقة المرونة في العمل يجعل الانجاز أكثر سهولة وإنتاجية
أكبر. والمرونة لا تعني التهاون في العمل بل الصرامة في التعامل مع
اخطاء العمل حتى لاتقع المؤسسة في دوامة الاخطاء مما يفقدها جمهورها
وتهتز ثقة الجمهور بها وبالتالي العزوف عنها.