

تراخيص الادارة

❖ ونوضح فيما يلي ابرز اشكال السيطرة والضغط التي تمارس على المؤسسات الاعلامية والتي تؤثر بالتالي على اتخاذ القرار_ وهو عملية ادارية من الدرجة الاولى_ سواء كان هذا القرار اداريا بحتا او تحريريا يتعلق بالرسالة الاعلامية .

❖ وبصفة عامة فانه ابرز اشكال السيطرة على المؤسسات الاعلامية تتنوع من قيود قانونية مفروضة على المؤسسات الى ضغوط سياسية واقتصادية واجتماعية الى عوامل ضغط داخلية ترتبط بطبيعة المؤسسة ذاتها من حيث بنيتها التنظيمية وكوارها وهذه الانماط سيتم مناقشتها كما يلي .

❖ اولاً : حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والاشراف المباشر

❖ تمتلك الدولة في جميع الاقطار العربية حقها في منح الترخيص وسحبه للمؤسسات الاعلامية وتشتترط ضرورة الحصول على ترخيص من الجهة المختصة لإصدار صحيفة او انشاء محطة فضائية او مؤسسة اعلامية .

❖ وعلى سبيل المثال ففي العراق يمكن اصدار صحيفة بشكل قانوني دون اخذ الموافقات الرسمية لن قبول هذه الجريدة يتم في ادراجها بنقابة الصحفيين

ان تأثير مالك حق منح الترخيص على ادارة المؤسسات الاعلامية يكمن حقيقة في الضغط الذي يمكن ان يمارسه من حق ايضا في سحب الترخيص . ومن ثم فان كثيرا من القرارات التي تتخذها ادارات المؤسسات الاعلامية وخاصة ما يتعلق بالنشر تتخذ في اعين اصحابها قوة سحب الترخيص التي يمكن ان تهدد المؤسسة . الوجه الاخر لتأثير الدولة يكمن في اشرافها المباشر وملكيته لوسائل النشر والاعلام .

وتكاد تلتقي جميع الدول العربية في ملكيتها للاذاعة والتليفزيون ووكالات الانباء وبعض الدول تمتلك ايضا الصحف ودور النشر والاعلان والتوزيع ومثل هذا النوع من الملكية لا يخفي تأثيره المباشر على ادارة تلك المؤسسات فالدولة هي التي تقوم بتعيين المديرين وهي التي تقوم بوضع سياستها الاعلامية وهي التي تحدد ميزانياتها وتؤثر الدولة على الادارة بالضغط على الموظفين وامكانية استمرارهم في وظائفهم الخ

❖ ثانيا : السيطرة الاقتصادية من خلال الاعلان وامتلاك وسائل الاعلام

❖ ان مالكي وسائل الاعلام سواء كان المالك حكوميا او قطاعا خاصا لهم تأثيرهم على ما يقرأه الناس وما يسمعه او يشاهدهه بالإضافة الى سيطرتهم على مضمون الوسائل الاعلامية وينعكس هذا التأثير على المؤسسة الاعلامية وادارتها من خلال عدة اشكال اهمها ما يلي :

❖ 1. يقرر مالك المؤسسة الاعلامية سياستها واهدافها ويقوم بتوجيهها سواء كان هو مديرها ام لا .

❖ 2. يقوم مالك المؤسسة الاعلامية بالأشراف على تعيين الموظفين وتحديد مسؤولياتهم بغض النظر عن اهليتهم لتحمل المسؤولية ام لا والمقياس هو الولاء لا الكفاءة .

❖ 3. يتدخل مالك المؤسسة الاعلامية _ حتى لو لم يكن هو المدير التنفيذي _ في اصدار القرارات التي قد تتعارض مع قرارات المدير التنفيذي للمؤسسة الاعلامية .

❖ 4. يحدد مالك المؤسسة الاعلامية ميزانيتها مما يؤثر على نشاطها وفعاليتها ادارتها بوجهيها التحريري والاداري ... والميزانية والعوامل الاخرى في المؤسسة تؤثر على المؤسسة تأثيرا مباشرا من خلال عدة أوجه ومنها : فصغر حجم الميزانية يؤثر على نوعية اختيار الكوادر المؤهلة لقيادة المؤسسة من بين ذوي الكفاءة الاقل لان مرتباتهم اقل وكذلك نوعية المادة الصحفية وتقليل ساعات البث والارسال في الاذاعة والتلفزيون وصفحات اقل في الجرائد والمجلات والعكس بالعكس .

ويؤثر الاعلان بدوره على العملية الادارية في المؤسسة بوجهيها التحرير والاداري والاعلان في الاذاعة المرئية والمسموعة في الوطن العربي بشكل عام يمثل عاندا قليلا من البنية المالية للمؤسسة الاذاعية ومن ثم فان تأثير المعلن عليها يكاد لا يذكر ولكن لو انتقلنا الى الصحافة فان الاعلان الذي يشكل جزءا اساسيا من عوائد الصحيفة يمكن ان يؤثر تأثيرا مباشرا على ادارة التحرير وعلى ميزانية الصحيفة التي تؤثر بدورها على الادارة التنظيمية