

الفصل العاشر

النظم الإدارية الصحفية في عصر تكنولوجيا المعلومات

المبحث الأول

المؤسسة الصحفية ومستحدثات الإدارة

- يتوقع الخبراء في مجال صناعة الصحافة المطبوعة المزيد من التطوير التكنولوجي في أسلوب إنتاج الصحف ومنها على سبيل المثال : (١)
- المزيد من تزويد المنشآت الصحفية بأنظمة الكاميرات الرقمية التي سوف تسمح للمصورين الفوتوغرافيين والمسئولين عن إعداد الصور الفوتوغرافية وإخراجها وتحريرها بمعالجتها إلكترونياً أو رقمياً على شاشة الحاسبات الالكترونية تصغيراً أو تكبيراً أو تركيزاً على زوايا معينة، دون الحاجة إلى عمليات المعالجة الكيميائية التقليدية السابقة والتي كانت تتم في المعمل أو Darkroom، وإرسال الصور المعالجة مباشرة إلى حجرة الطبع أو الطابعات .
 - المزيد من المحررين المزودين بالحاسبات الالكترونية المحمولة المرتبطة بأجهزة التليفزيون المحمولة بحيث ترسل موضوعاتهم وأخبارهم من موقع الحدث مباشرة إلى حجرة الأخبار .
 - التوسع في استخدام أنظمة الاستقبال المعتمدة على الأقمار الصناعية في تلقي أخبار وموضوعات وكالات الأنباء وكالات الخدمات الصحفية المتخصصة، ويتوقع مستقبلاً تلقي الصفحات الإعلانية الجاهزة عليها أيضاً .
 - التطوير في أسلوب الطباعة من شاشة الحاسب الالكتروني مباشرة في حجرة الأخبار وصالة التحرير إلى سطح آلة الطباعة مباشرة، ويتوقع الازدهار والانتشار لنوع جديد من الطباعة هو طباعة

الفليكسو Flexograph التي تعتمد على الماء في عملية الطباعة مع الحبر، وتعطي إمكانيات أكثر جودة في طباعة الصور والألوان، وتحل مشكلة تلوث الأيدي بحبر الطباعة Rubbing off والتي لها أضرار صحية على القراء والمستخدمين للصحفية .

ويبقى السؤال الذي يطرح نفسه في ضوء التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ما هو مستقبل النظم الإدارية في المؤسسات الصحفية المصرية في عصر المعلومات الذي نعيش فيه ؟

أهمية التعامل مع تكنولوجيا الإدارة :

كان على الإدارة المعاصرة في المؤسسات الصحفية لكي تواجه التعامل مع تكنولوجيا المعلومات أن تبتكر أساليب متطورة (تكنولوجيات) تتعامل مع هذا الواقع، بمعنى يتيسر للإدارة للوصول إلى أهدافها أخذاً في الاعتبار ما يفرضه الواقع الجديد من قيود ومعوقات، وما يتيح من فرص وإمكانيات .

إن التكنولوجيات الإدارية السابقة، وقد تم تطويرها في فترات زمنية سابقة لتتناسب ومعطيات الواقع السائدة وقتها، ولم تعد مناسبة للواقع الجديد، بمعنى إنها غير قادرة على تمكين الإدارة من استثمار الفرص المتاحة أو تجنب القيود الجديدة، لذلك كان من الضروري ابتكار أساليب جديدة للمواجهة، وسنجد أن القاسم المشترك في التكنولوجيا الإدارية الجديدة في المؤسسات الصحفية أنها معتمدة اعتماداً كثيفاً على تكنولوجيا المعلومات والحاسب الآلي وهي السمة المميزة لصناعة الصحافة في عصر المعلومات . ولكن السمة الآن هو إذا كان هذا هو واقع الحال في مجال الإدارة بالنسبة لأي صناعة فمتى تصبح الظروف مهيأة أمام المؤسسة الصحفية

لكي تبدأ هذا التغيير؟ ومن يملك حق اتخاذ هذا القرار؟ وهل يجب أن تسبقه عمليات تحضيرية معينة؟

تتنوع الآراء اتفاقاً واختلافاً في تقدير الظروف التي لا بد من توافرها حتى تدفع بالصحيفة إلى تيار التغيير . . . فهناك من يرى أنه إذا كانت عمليات الطبع تستغرق أكثر من ساعتين، فالصحفية في حاجة إلى ما هو أسرع، وهناك من تبين سياسة محددة صارمة تقنع بمجرد إدخال بعض تغييرات محدودة - وعلى سنوات - في طباعة صحفهم، انطلاقاً من اعتقاد بأن قراءهم قد تعودوا على طريقة الإخراج المألوفة، وأنهم يريدون من صحيفتهم أن تستمر في شكلها الذي تعودوا عليه .

وبين هذا وذاك تضيع الأسباب الموضوعية التي إما تقف إلى جوار ضرورة البدء في التغيير أو ربما تأجيله إلى حين ، وهنا يبدو دور إدارة في الكشف عن هذه الأسباب وفي هذا الصدد تشير الدكتورة أميرة العباسي بضرورة استقراء المتغيرات التالية : (١)

- ١ - هل أن حجم أعمال الصحيفة ومعدلات توزيعها يبرران السعي وراء زيادة سرعة الصحيفة التي ستحققها المعدات الجديدة المتطورة ؟
- ٢ - هل سيقدر القراء والمعلنون الطبع "الملون" بالدرجة التي تبدل إضافة معدات هذا الطبع للاستخدام العام ؟
- ٣ - هل ستخفض هذه المعدات الجديدة والمتطورة تكنولوجيا تكاليف الإنتاج؟ وهل ستساعد . على إنتاج صحفية أفضل ؟
- ٤ - ماذا ستكون ردود فعل الصحف المنافسة هل ستدفعها عمليات التطوير إلى محاكاتها ؟

٥ - هل سيزداد طلب المعلنين للإعلان في الصحفية . . وما هو استعداد

هؤلاء المعلنين لتقبل زيادة سعر الإعلان المطور ؟

٦ - تكلفة تشغيل الأجهزة القائمة منها، والموجود بالفعل أو تكلفة عمليات

الإحلال للآلات القديمة بالآلات الجديدة، والتي قد يرتفع ثمنها إلى

مستوي يصبح معها شراء الجديد أمراً أكثر اقتصادية .

٧ - مدى توافر الموقع أو المكان الواسع بدرجة كافية لشراء طابعات

جديدة، وأهمية ذلك كعامل مؤثر في سياسات الشراء أو التخطيط لها ؟

٨ - ما إمكانيات التدريب وتوافر البرامج التأهيلية لتدريب العاملين التي

يجب أن تواكب أو ربما تسبق هذه العمليات ؟

وترى الدكتورة أميرة العباسي، أن الأمر لا ينتهي عند هذا الحد بل

هو في الحقيقة يبدأ، وبطبيعة الحال لن يكون الصحفيون أصحاب المبادرة،

وكذلك الفنيون أو رجال الطباعة، وإنما دائماً الإدارة التي يجب أن تعد العدة

لدخول الالكترونيات أو الحاسبات الالكترونية في صناعة الصحافة، وهو ما

يمكن اعتباره بمثابة عمليات تحضيرية تسبق مرحلة التنفيذ .

ضرورة التكامل بين الأنظمة الإدارية في المؤسسة الصحفية

تتمثل قيمة التكنولوجيا الإدارية في المؤسسة الصحفية في كيفية

تنظيم الاستفادة من الموارد المتاحة وخلق القيمة من تكامل هذه الموارد

وبالنظر إلى هذه الحقيقة نجد أنها تتضح في ماهية الإدارة الصحفية أو إدارة

المؤسسة الصحفية والتي تمثل الجهة المهيمنة على نواحي النشاط الإعلاني

والطباعي والتوزيعي، بهدف جعل العمل التحريري مادة تباع إلى مشتريها -

وهم قراء الصحيفة - بثمن يغطي مصروفات إصدارها ويحقق ربحاً مجزياً

لأصحاب رأس المال أي الناشرين . (٣)

وفي هذا الإطار يشير الدكتور علي السلمي^(٤) إلى عدة إجراءات يجب أن تتخذ لتحقيق نجاح العملية الإدارية بالمؤسسات الصحفية في عصر المعلومات وهي :

١ - تخفيض العمالة التي لا ضرورة لها في ظل استخدام التكنولوجيات المتقدمة

٢ - تقسيم القطاعات أو الإدارات المختلفة في المؤسسة الصحفية إلى وحدات مستقلة، وتحميل رؤساءها مسؤولية الربح والخسارة .

٣ - وضع برامج تسويقية وإعلانية لمواجهة المنافسة الصحفية والإعلامية من الوسائل الأخرى .

٤ - وضع استراتيجية تحول الرؤساء إلى مساعدين للمسؤولين عن الوحدات اللامركزية .

٥ - تكوين لجنة للعمليات تتولى اتخاذ القرارات اليومية كما في الاجتماع التحريري التقليدي، وأيضاً أو في توفير المواد الخام اللازمة للعمل الصحفي .

٦ - اقتراح سياسة تسعير علمية تناسب الوضع الجديد .

وتمكن إدارة المؤسسة الصحفية، من وضع استراتيجية إدارة ناجحة في ظل عصر المعلومات يجب استخدام كوادرات متحمسة يتم وضعهم في وقت التحدي للتفكير وإثبات الذات، وتشجيعهم على الالتزام والعمل الشاق، مع مكافئتهم بحوافز ومغريات تساعد على التفوق، وهذا من إدارة المؤسسات الصحفية البحث عن الموهبة وليس الخبرة الطويلة كأساس لتعيين الأفراد .

تكنولوجيا التحالف

تعاني بعض المؤسسات الصحفية المصرية من خلل في هياكلها التمويلية مثل تراكم الخسائر والديون مع تضاعل العائد على الأموال المستثمرة، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى ضعف المركز المالي للمؤسسة الصحفية .

من هذا المنطلق، يمكن الإشارة بأن مثل هذه المؤسسات لا تستطيع مواجهة الواقع التكنولوجي في مجال الإدارة نظراً لضعفها، ولذلك فإن تحالف مثل هذه المؤسسات الصحفية التي تحقق خسائر - مع بعضها - يعتبر بمثابة استراتيجية وتكنولوجيا هامة لمواجهة التقدم التكنولوجي في مجال صناعة الصحافة واقتصاديتها، ومثل هذا التحالف له أسبابه التي نوردتها فيما يلي : (٥)

- ١ - أن الاستثمارات اللازمة لتطوير المطابع وشراء أجهزة ومعدات تكنولوجية (لماذا يتحملها طرف واحد فقط)
- ٢ - هناك بالفعل مؤشرات لهذا التحالف فبعض المؤسسات الصحفية تلجأ إلى المؤسسات الأخرى لكي تقوم بتوزيع إصداراتها مؤسسة دار الهلال توزع عن طريق مؤسسة الأهرام، مؤسسة روزاليوسف توزع عن طريق مؤسسه أخبار اليوم .
- ٣ - يؤدي التحالف إلى المشاركة في الاستفادة بالتكنولوجيات المتطورة والمتاحة لأحد أطراف التحالف .

ولكن تبقى ملاحظة على ما سبق الإشارة إليه، وهي أن صناعة الصحافة .

تتميز بالمنافسة بين الصحف ولذلك نجد أن للتحالفات مشكلاتها وفي أحيانا يمكن أن تفشل، ولذلك لكي ينجح هذا النوع من التكنولوجيات في المؤسسات الصحفية لابد من توافر عدة عناصر، مثل :

- ١ - اشتراك الإدارة العليا ودعمها للتحالف
 - ٢ - الاجتماعات المتكررة بين الأطراف المتحالفة وبشكل غير رسمي في أكثر الأحيان وذلك لتبادل المعلومات وإزالة مجالات الشك والخلاف
 - ٣ - أن يحافظ كل طرف على استقلاله .
 - ٤ - عدم قبول تضحيات أو حلول وسط ن يجب أن يكون التحالف مفيداً لكل الأطراف .
 - ٥ - تعيين جهاز رقابي لمتابعة العلاقة وتنفيذ اتفاق التحالف .
 - ٦ - توقع الاختلافات الحضرية .
- غير أنه من وجهة نظري فإن هذا النوع من التكنولوجيات يصلح في مجال استقدام واستحداث المطابع وأجهزة الحاسبات الآلية المتطورة والمستخدمه في إنتاج الصحف، وأيضاً في تدريب وإعداد الكوادر البشرية اللازمة للتعامل مع هذه الأجهزة والمعدات المتطورة تكنولوجياً .

المبحث الثاني

تكنولوجيا المعلومات وتحديث الإدارة الصحفية

مما لا شك فيه أن الإدارة المعاصرة في المؤسسات الصحفية تستعين بتكنولوجيا المعلومات لتصبح أكثر قدرة على مواجهة التقدم الهائل في صناعة الصحافة وفي ظل المنافسة الشديدة من الوسائل الإعلامية الأخرى وفي مقدمتها الفضائيات، وذلك بما توفره هذه التكنولوجيا من معلومات تسمح باتخاذ قرارات وسياسات تساعد في السيطرة على هذه المواقف التنافسية وأيضاً حسن استثمار الفرص المتاحة، هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن إدارة الأنظمة الصحفية بالمعلوماتية تمثل بعد آخر لإسهام تكنولوجيا المعلومات في مساعدة الإدارة الصحفية المعاصرة حين تواجه هذا التقدم الهائل تكنولوجيا صناعة الصحافة، وذلك من خلال قدرة تكنولوجيا المعلومات على تنشيط وتطوير الإدارة الصحفية في مختلف القطاعات التي تضمها المؤسسة الصحفية غير أن إدارة الأنظمة الصحفية بالمعلوماتية هي نمط إداري حديث، يمر بثلاثة أطوار أساسية هي : (١)

الطور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحسين كفاءة وأداء الأعمال والأنشطة القائمة فعلاً .

الطور الثاني: نتيجة التحسين والتطوير والتوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات، تنشأ مجموعة جديدة من الأعمال والخدمات مثل زيادة إنتاجية المطابع، وبالتالي مضاعفة العمال الخاصة بالطباعة التجارية الأمر الذي يمثل قمة مضافة جديدة يظهر في زيادة إيرادات المؤسسة الصحفية، ومن ناحية أخرى يسهم في تمييز المؤسسة الصحفية في هذا الناحية عن منافسيها من المؤسسات الأخرى .

الطور الثالث: نمو الخدمات الجديدة والممثلة في زيادة الأعمال التجارية أو

تسويق المساحات الإعلانية ، واتساع قدرتها على زيادة الدخل في المؤسسة الصحفية لتصبح أعمالاً قائمة بذاتها .

ومما لا شك فيه، فإن تكامل الأطوار الثلاثة سوف تحقيق إدارة

بالمعلوماتية داخل المؤسسة الصحفية، تتمكن من عمل الآتي :

١ - المرونة الكاملة للقارئ من حيث الحصول على الصحيفة التي تشبع رغباته، وأيضاً للمعلن الذي يجد إعلانه مصمم ومنشور حسب رغبته أو كما يريد .

٢ - سرعة الاستجابة لتحقيق طلب العميل سواء في مجال الطباعة التجارية، أو تصميم الإعلانات

٣ - تنفيذ العملية الإنتاجية في حالة الطبع التجاري عند الطلب .

أن تطبيق تكنولوجيا المعلومات في إدارة المؤسسة الصحفية، سوف يؤدي إلى ضرورة انسجام كل عناصر ومكونات التنظيم الإداري داخل المؤسسة الصحفية وآلياته للتعامل الآلي من خلال نظام المعلومات بالحاسب الآلي، ومن ثم تجانس واتسجام وتوافق النظم الإدارية مع بعضها الأمر الذي يكون ضرورياً وأساسياً لتطور الإدارة .

هذا بالإضافة إلى أن الإدارة بالمعلوماتية تجمع مجموعة من

تكنولوجيا عصر المعلومات في المؤسسة الصحفية منها :

- شبكات المعلوماتي Information Networks

- التصميم بالحاسب الآلي Computer - aided - design

- الإنتاج المرن Flexible maun facturing

- الإيجاز في الوقت المحدد Just - in - Time olelivery

مراجع الفصل العاشر

- (١) محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات : الأساسيات والمستحدثات - مرجع سابق - ص ٢٨٩ .
- (٢) أميرة العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في مصر - مرجع سابق - ص ١٣٩ ، ص ١٤٠ .
- (٣) على عبد المجيد عبده ، الأصول العلمية للإدارة والتنظيم - القاهرة - دار النهضة العربية - ١٩٨٩ - ص ٥
- (٤) على السلمي ، الإدارة المصرية في مواجهة الواقع الجديد - كتاب الأهرام الاقتصادي - العدد ٥٤ - أغسطس ١٩٩٢ - ص ٩٨ .
- (٥) اعتمد في هذا الجزء على المرجع السابق - ص ١٠٣ : ص ١٢٠ .
- (٦) راجع في ذلك :
- على السلمي، إدارة المصرية في مواجهة الواقع الجديد - مرجع سابق - ص ١١٧ : ص ١٢٠