

إدارة المعرفة وإدارة الأعلام

أ.م.د. حميد جاعد محسن

كلية الأعلام - جامعة بغداد

مدخل

يشكل الإعلام أحد أهم الحقول المعرفية في الوقت الحاضر ، ومن ثم يصعب البحث في الإدارة الإعلامية دون التطرق إلى إدارة المعرفة ذاتها.

فإذا كانت إدارة المعرفة تهتم وتعني بحقول الفكر والثقافة والمعارف العلمية والحضارية - الإنسانية والإنتاج الفكري الإنساني . فإنها معنية بالنتيجة بالإعلام والعمليات الإعلامية التي تؤسس بدورها لدراسة وتداول المنتجات الفكرية التي يبدعها الإنسان ذاته عبر تجاربه الفردية والجماعية وممارساته الحياتية.

وكذلك برزت ضرورة وأهمية إدارة المعرفة بفعل التطور المماثل في مجال المعلوماتية التي تشكل محور النشاط المعرفي الإنساني في الوقت الحاضر . فهي ، أي المعلوماتية ، تستحوذ وتتحكم بمجمل عمليات الحوارات الفكرية وتبادل المنتج الفكري الإنساني وتعميمه عبر تقنياتها المتطورة . وبتحديد أكثر ، أن الإدارة الإعلامية هي جزء لا ينفصل عن إدارة المعرفة. وربما أن كل منهما انعكاس لضرورة وجود الأخرى . إلى الدرجة التي يصعب تمييز التداخل بين حدود كل منها.

لم تقتصر عملية تثوير المعرفة على الجانب العلمي والتقني ، وإنما تقدمت خطوات كبيرة أخرى لووجهها المجالات كافة . بدءاً من نظرية التنظيم ، والموسيقى ، ودراسة النظم البيئية ، والعمليات التي تجري في المخ ، واللغويات ، ونظريات التعلم ، إضافة إلى الدراسات الخاصة بعدم الاتزان والفوضى ، والتركيبات المتبددة ، وانتهاءً بمجالات الشبكات العصبية ، والذكاء الاصطناعي ، ومن ثم تحولت جميع فروع المعرفة المذكورة هذه إلى قاعدة للتثورة المعرفية ذاتها. وساهمت بصورة مباشرة في الوصول إلى الاختراعات والاكتشافات التي أحدثت نقلة نوعية في طبيعة المعرفة ذاتها وفي الإنسان وبنيته المعرفية.

أن تتبع التطورات العلمية والإنجازات على سبيل المثال التي (حققت) أعقبت الحرب العالمية الثانية حتى اللحظة هذه ، يجعل كل منا في حالة ذهول مطلق . فقد اخترع الحاسوب ، واكتشف العامل الوراثي (DNA) وتم اكتشاف رسم الخارطة الجينية للإنسان ، والصعود إلى القمر ، واختراق الفضاء الخارجي بواسطة الأقمار الصناعية ، والاقتراب كثيراً من الكواكب البعيدة ، وإنتاج الطائرات النفاثة ،

والمعالجات المصغرة ، و الليزرات إضافة إلى تمكن الإنسان من خلق طبقة من المادة رقيقة إلى درجة بالغة ومثيرة للتصور . كما أصبح بإمكان الإنسان أن " يحفر خطوطاً لا يتعدى سمك كل منها ٢٠ بليون من المتر ". كما تمكن الإنسان أيضاً من تجميع الأشياء ذرة فذرة وبناء موصلات كفؤة وعالية الدقة ، وقدرات واسعة على نقل المعلومات تصل إلى بليون نبضة في الثانية الواحدة . وعلى حد تعبير توفلر ، هذا ليس تقدماً بل هو انقلاب تام في حياة الإنسان والبنية المعرفية ، وفي تقنيات وأساليب معالجات المشكلات التي بقيت عصية على المجتمع البشري .

الإدارة والمعرفة:

ابتداءً ماذا نعني هنا بالإدارة ، وماذا نعني بالمعرفة وما هي طبيعة ، العلاقة بينهما؟ الإدارة ببساطة هي سلطة القرار ، أي كانت طبيعة الإدارة ، اقتصادية ، إنتاجية ، اجتماعية ، أو إدارة القرار السياسي في مؤسسة ما . بمعنى آخر ، أن الهيئة التي تملك حق تنظيم وتسيير شؤون : الافراد ، الجماعات ، المؤسسات ، أو العمليات ، التي تمنح ناس معينين أيأ كان عددهم كبيراً أو صغيراً ، إضافة إلى مسؤوليتها عن تصريف الإثياء المادية التي تمنح هؤلاء الناس التصرف بها .

وإذا أخذنا معنى ومضمون الإدارة والمعرفة كل على حدة نجد هناك اكثر من واحد يجمع بينهما . ويدعو بالضرورة إلى استخدام المعرفة كعنصر رئيسي وأساسي في كيفية وضع مرتكزات بناء القرار الإداري ، خاصة إذا كان القرار المذكور يتعلق بإدارة الناس وحق التصرف بالأشياء المادية التي تعنيهم .

وبتعبير آخر ، لا تستطيع الإدارة تجاوز المحتوى المعرفي للبيانات والمعلومات المتوفرة لأنها تمثل المعطى الأول والأخير في تقييم ضرورة وصحة القرار الإداري : أي أن العلاقة بين الاثنين ازدادت (وأصبحت أكثر) متانة بفعل الدور الذي أخذت المعلومات والبيانات تلعبه في تأثيرها على حركة الإنسان وتقنياته ، وأنماط تفكيره وانتاجه ومن ثم سلوكه . ولم تتوقف هذه العلاقة عند هذا الحد وإنما ز اوجت إلى حد كبير بين القرار والمعرفة . وقد انسحب ذلك كله في تأثيره ، وإلى درجة كبيره على بنية الإدارة وطبيعة تشكلها .

يعتمد الأفراد ، الجماعات ، المؤسسات على المعرفة القائمة في الحياة اليومية ، بالإضافة إلى تعلم خبرة جديدة بدرجة أو أخرى الاعتماد على الممارسة والمعرفة المتركمة تاريخياً .

عبر هذا المفهوم يتم إدراك العلاقة بين الادارة والمعرفة ومدياتها ، فالإدارة كونها الجهة المعنية باتخاذ القرارات واصدار الاحكام بشأن تنظيم العلاقات ، وأساليب التعامل ، وأنماط السلوك ، وتعميم الخبرة الانسانية الجديدة ، أصبحت أكثر ، حاجةً من غيرها للجوء إلى منظومة المعرفة والاسترشاد بمعطياتها في توفير البيئة الصلدة التي ترتكز إليها قرارات الإدارة وإحكامها .

المعرفة لم تعد حكراً لسلطة القرار التي تتحكم أيضاً برأس المال . ولم تعد تقبع في قاعدة الهرم

السلطوي ، وإنما هي الآن تتربع على قمته . فقد دفعت الحاجة الماسة المتعلقة بالمعلومات إلى قائمة الاهتمامات الأساسية : بدءاً بالسياسة ، والاقتصاد ، والعلاقات الدولية ، إضافة إلى مسائل التقنية ومعالجة مسائل الخصوصية ، والسرية ، وقرصنة المنتجات ، والاتصالات وأمن الحاسبات الآلية ، والتعليم ، والمتاجرة بالسندات . وكذلك الاعلام وأنتهاء بشبكات المعلومات ، دفعت إلى مقدمة الاحتياجات المعرفية للإدارة . وبالرغم من ضخامة هذه الامور وغيرها التي تهيمن عليها البنية المعرفية الجديدة إلا إنها في حقيقة الأمر لا تمثل إلا جزءاً صغيراً جداً من التشكيل المعرفي المعاصر . وما يجب الإشارة له أن جميع هذه المعارف التي ذكرت لا تمس في النهاية إلا قمة جبل جليدي متنامي من البيانات والمعلومات .

من هنا فإن العلاقة بين المعرفة والإدارة ، لا تمثل ضرورة معرفية فقط وإنما هي حاجة ملحة جداً لغرض إعادة تنظيم انتاج المعرفة ، وتوزيعها ، وكيفية استخدامها ، إضافة إلى توظيف الرموز فيها . وبتعبير أكثر تحديداً ، خلق نسق جديد من المعرفة ، بقصد ربط المفاهيم بعضها ببعض عبر سلسلة هرمية من الاستنتاجات تساعد على بناء فروض جديدة لمجمل المعطيات الناتجة عن تراكم المعلومات ، والمقدمات المعرفية التي توصل لها العلماء .

فما يجب اقراره ، في عرف الإدارة ، أو أولاً وأخيراً ، هو الارتكاز إلى المعطيات العلمية والتذكر دائماً بأن الخبرة أو المهارة الحقيقية في عملية تحويل المعلومات إلى معرفة تبقى في النهاية مهارة بشرية ، مدعومة بوسائل ونظم تقنية . وما كان كافياً من المعرفة لإدارة الحياة اليومية في السابق لم يعد يفي لمواجهة المتغيرات الجديدة المتلاحقة في حياة الناس هذه الأيام .

وقد ترتب على إدراك الإدارة الاجتماعية والإنتاجية لهذه الحقيقة طرح أسئلة متكررة حول فعالية النموذج المعرفي الكلاسيكي الذي يتم الترويج له بواسطة برامج التعليم وخططه . وكذلك طرح أسئلة حول معنى ومضمون المعرفة ، والمهارة البشرية ، ومن ثم العلاقة بينهما ، أو حاجة كل منها لاستكمال الآخر . ولم يكن الإدراك المذكور لهذه الحقيقة هو محض صدفة أو موضة عابرة ، وإنما هو ناتج تطور تاريخي عميق ، وتراكم معلوماتي معرفي كبير ، يرجع بجذوره إلى موجة الحضارة الثانية ، قبل ثلاثمائة عام .

وقد أدرك ببيكون هذه الحقيقة مبكراً كما أدركها غيره حينها . أثر ازدياد التقدم العلمي ، وانتشار الثورة الصناعية ، وانعكاساتها على بيئة المجتمع الثقافي عامة ، والفكري خاصة ، والمعرفة إجمالاً تلك التي أصبحت موازية للقوة والثروة أن لم تتقدم عليهما في منطق الإدارة وأنماط قراراتها . مع أهمية هذا الإقرار من قبل العلماء إلا أنه لم يكن أحد يدرك " الدرجة المذهلة التي أصبحت بها القوة والثروة تعتمد على المعرفة حالياً " بعد إن تحررت البيانات والمعلومات من القيود القسرية التي كانت مفروضة على حركتها ، ومن ثم حددنا المعرفة ومكانها من العودة إلى موقعها الحقيقي في الهرم الإداري وإطلاق قدرات العقل اللامحدودة من عقابها .

فقد كانت الأرض في الحضارة الأولى - الزراعية - أهم رأسمال على الإطلاق. ثم أصبحت الثروة في عصر الثورة الصناعية تكمن في المصانع والآلات والإنتاج والمواد اللازمة له. أما اليوم فإن الثروة تكمن في الجمجمة وما تحويه من خبرة و معلومة ومعرفة، بل أنها أصبحت أهم من الثروة والقوة التي تستمد الإدارة قوتها منها. أن ظهور نظام جديد لإنتاج الثروة الذي يعتمد المعرفة أساساً له سوف لن يؤدي إلى تغيير مواقع عناصر السلطة في الإدارة، ودور كل منها فقط، وإنما سوف يغير نمط تشكل السلطة في الإدارة ذاتها. فقد أصبحت الثروة تعتمد بصورة كبيرة على المعرفة بدلاً من الأرض والصناعة الثقيلة. وبكفي الإشارة: إلى أن الصناعات الأربع الرئيسية التي تشكل الصناعات الهيكلية للمرحلة القائمة والمقبلة، إضافة إلى ما سوف تحدثه من تحولات في القوة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، تلك هي صناعتنا الحاسوب والالكترونيات.

إضافة إلى أن حسم الصراع على سلطة الإدارة في أي مؤسسة أو جماعة، أو نسق بشري، وعلى مستوى العالم أجمع، سوف يعتمد أساساً على المعرفة. وكما كانت الثروة والقوة هي سمة للغنى ورصيده الإحتياطي، فإن المعرفة أصبحت الرصيد الحقيقي للفقراء بقدر ما هي للاغنياء، أنها القاسم المشترك بين الأثنيين. وأحد سمات الصراع الطبقي القادم بين من يملكون المعرفة والذين يملكون القوة والثروة.

وبمعنى آخر، لم تعد المعرفة احد مصادر الإدارة، وإنما هي الآن تمثل أهم المصادر المذكورة، ومعياراً لقياس فعالية الإدارة في مواجهة القوة المادية المتمثلة برأس المال والتي بقيت لفترة تاريخية طويلة تعكس التحكم في الإدارة وكيفية تشكلها وكذلك صيغ ممارستها.

أن احتواء المعرفة لمفهومي القرار (السلطة) ورأس المال يضعها بلا منازع في موقع الحكم والقرار الذي يؤشر مستقبل الإنسان ومستقبل علاقاته، وأنماطه السلوكية. ولم يخطأ توفلر عندما قال في نهاية القرن الماضي أن التحكم في المعرفة هو لب ما سيدور من صراع على القيادة في كل مؤسسة بشرية على نطاق العالم. لهذا ستبقى المعرفة أكثر الوسائل التي يمكن الركون لها ديمقراطية على مستوى ضمان التوازن بين مصادر الإدارة المتمثلة بالمعرفة والقرار وحجم الاستثمار في المؤسسة الاجتماعية.

تبرز الاهتمامات الواسعة اليومية للأفراد والجماعات في نطاق البحث عن معنى الحياة والاستمرار. فقد تعود الإنسان على تطوير وتوسيع مفاهيمه، حركته، دائرة نشاطه، نمط علاقاته، وصيغ التعامل (قيمة وأخلاقياته). وهو لم يقتصر على تطوير وتوسيع ذلك فقط، وإنما عمل على إعادة إنتاج شروط التطور المفاهيمي المعني هنا ذاته، وإعادة استخداماته بواسطة توسيع قاعدة العلوم وامتدادها إلى فروع عدة.

وبتعبير آخر، أن الغرض من توسيع قاعدة العلوم، وخاصة الأكاديمية، هو تجسيد مضمون التطور

التاريخي في تمثّل المهارات الإنسانية وإعادة إنتاجها بواسطة تنوع الفروع العلمية، وبواسطة امتداد النشاطات الإنسانية (الصيد، الرعي، الزراعة، الصناعة.. الخ) إلى حقول جديدة لم تكن معروفة لدى الإنسان - المجتمع من قبل. فلم تكن عملية إنتاج المعرفة، عملية بسيطة، بل كانت تتسم بالتعقيد والتأويل

وقد بذلت جهود مضمينة وكبيرة وصولاً إلى بنية معرفية وإنتاج معرفي قابل للتبادل وإعادة إنتاجه reproduction عبر وسائل مبتكرة عدة كالنحت على الحجر، والألواح الطينية... الخ)، تلك التي تعكس معنانيين المهارات والخبرات المكتسبة آنذاك.

ويبرز نطاق البحث اليومي الواسع للأفراد والجماعات في الوقت الحاضر بعداً جديداً لمعنى المعرفة. التي تحولت بفعل التطور العلمي والتقني (الحاسوب، الإنترنت... الخ) إلى منتج يومي، يتمثل في الإضافات العلمية والتقنية المتواصلة وليس منتج سائب يقبع في ثنانيا النظريات الخاصة، ورؤوس أولئك الدعاة، وإنما منتج ممنهج، منظم، ومصنف Classified نظرياً، وعملياً إلى درجة كبيرة على مستوى الجامعات، ومرکز البحوث، والمنظمات العالمية.

وبتحديد أكثر أن فكرة إدارة المعرفة هذه لم تعد تقتصر على مجموعة من الممارسات المجربة والمختبرة فقط، وإنما أخذت إدارة المعرفة منحى آخر، أي الاهتمام بالتوجهات التي تستخدم على نطاق واسع في التنظيم، والتعلم. ومع أن الفكرة ذاتها، أي فكرة إدارة المعرفة، تبدو وكأنها فكرة محيرة ربما أكثر من ذلك، فكرة متناقضة، عبر إصاقها بعلم الإدارة و علم الاقتصاد وإدارة الأعمال دون غيرهما.

ففي نطاق البحث اليومي، كل فرد، أو مجتمع يعتمد على نتائج معرفته الخاصة في الحياة اليومية، ومن ثم يعيد في ضوء الأشياء التي مارسها تنظيم طريقة تعلمه، وكيفية استخدامه، أي استخدام ما تعلمه. ومن ثم فهو بحاجة إلى إعادة النظر بالمعرفة التي اكتسبها، وكيفية إدارة المعرفة المذكورة. وما من شك، المعارف الفردية، والجماعية تلك التي قادت أصحابها تاريخياً إلى إنتاج أشياء مهمة، وإلى مبادرات إنسانية كبيرة، وحضارات عظيمة. لهذا لم يعد هناك مبرر لتحديد إدارة المعرفة بعلم الإدارة، والاقتصاد، وإدارة الأعمال، ولا يوجد ما يبرر لمعاملة العلوم المذكورة باعتبارها الأكثر تفهماً ومعرفة من غيرها بإدارة المعرفة، وإدارة منتجاتها الثقافية، والتقنية، والخبرات العلمية.

نشأة إدارة المعرفة وتطورها

كانت إدارة المعرفة في السابق جزء من المعرفة ذاتها، تعامل وكأنها كل موحد وتابع لإدارة أوسع تلك هي السلطة وإدارتها. فهي لم تكن أكثر من احد عناصر قاعدة الهرم السلطوي إلى جانب رأس المال، ممثلة بالأرض أو المصنع فيما بعد.

ومع بدء استقلال المعرفة الذي أخذت تتمتع به بفعل الدور الجديد الذي اكتسبته اثر الثورة الصناعية وحضارة الموجة الثانية، تصاعدت وتيرة الاهتمام بالمعرفة وبالكيفية التي تدار بها.

وبمعنى آخر، أن موضوع إدارة المعرفة، رغم قدم المعرفة موضوع حديث ذو بدايات تاريخية معاصرة تمت بلورته خطوة إثر خطوة تلك التي سمحت فيما بعد بتشكيل هيكلته ونشاطاته، في سياقات

اجتماعية واقتصادية وتقنية محددة. فقد أدركت المؤسسات التي نشأة في حاضنة الثورة الصناعية ضرورة احتواء مهارات وخبرات جديدة بطريقة منهجية، وتوفيرها للإفراد العاملين فيها، أو إتاحتها لأفراد معينين منهم. وقد أسفر الإدراك المذكورة عن تغيير منهجية الإدارة، ومبادراتها لتنفيذ مجموعة من الإجراءات أو مجموعة من تدابير إعداد برامج التدريب وتوفير المعلومات والبيانات التي تنطوي بمجموعها تحت تعبير ومفهوم "إدارة المعرفة".

مع نهاية القرن التاسع عشر تبلور مفهوم المعرفة الإنتاجية كمحور للتفكير المنهجي في إغقاب الحركة التaylorية، وكذلك تبلور مفهوم إدارات تجهيز العمل. أي أن حركة تابلور انتهت، أن لم تكن الأساليب السابقة لإدارة المعرفة، وحلت مكانها أساليب جديدة تتفق مع تركيز المؤسسات على الكفاءة والتقدم التقني.

وقد نشطت حركة البحث في هذا المجال مع بداية القرن العشرين وظهر مفهوم "منحنى التعلم" الذي تحول إلى أداة رئيسية فيما بعد في العملية الإنتاجية الحديثة. وأدت النجاحات الجديدة في تلك الفترة إلى بلورة نوع جديد من إدارة المهارات التي جمعت في آن واحد إدارات الاختبار، وتحليلات ورش القياس. وبذلك تحولت المؤسسات، وخاصة المنتجة، إلى مجال آلي لـ "إدارة المعرفة" ومن ثم العمل على إنتاج وتوزيع المهارات للاعتماد عليها. كشفت الأدبيات التي صدرت عن المؤسسات المعنية بذلك عن ماهية التفكير الكامن وراء حيازة وإنتاج المعرفة العملية، وفيما بعد إدارتها.

وفي هذا السياق العام اتخذت إدارة المعرفة النمط اليومي المعتاد في التعامل مع برامج التدريب، بل تجاوزت روتين التدريب وتحولت إلى أداة تغيير جوهري على يد دعائها، وسير العمل الفعلي في المؤسسات. وبالرغم من إغفال بعض الدعاة الرؤية التاريخية، واستعاضوا عنها برؤية عامة مجردة للتنظيم، باعتباره هيكلًا ومنظومة تجهيز للمعلومات، بفعل هيمنة النموذج السيبيرنيتيكي -الإعلامي(، وكذلك التعامل مع المعلومات كبديل عن المعرفة ذاتها. ومن ثم اندفاع المؤسسات المعنية بالموارد، وخاصة الإنتاجية، التعامل مع المعلومات باعتبارها إحدى مكونات الموارد، كالأفراد، والآلات، ورؤوس الأموال. وبالتالي تراجع تنظيم التعلم، والتعلم إلى مجرد تغذية مرتدة.

وبالتالي تحول النموذج السيبيرنيتيكي الاتصالي الذي أصبحت فكرة الشبكات فيه تشكل أساساً مهماً ومحوراً لاهتمام الأدبيات في هذا المجال. إلى درجة بات الكثير من الأدبيات المذكورة التعامل مع إدارة المعرفة وكأنها مجرد تنظيم للشبكات. وساعد على دعم وبلورة الاتجاه المذكور، سهولة الوصول إلى البيانات والمعلومات (مكونات المعرفة) عبر الشبكات الالكترونية مثل الانترنت. ومما هو واضح من خلال دراسات وتجارب المؤسسات، أن الشبكات المعنية ليس لها فاعلية كبيرة إلا إذا ارتبطت بنشاط المؤسسات ذاتها، واشرف عليها أولئك المعنيين بإدارة المعرفة. لأن المعرفة بالنهاية أوسع من البيانات المجردة، وأعمق من المعلومات المستقاة من البيانات.

إدارة التشكيل المعرفي والإعلامي

تميز الربع الأخير من القرن العشرين اعتماد المؤسسات الإنتاجية والثقافية كافة على موضوعين: الأول، استمرار المنافسة لغرض الوصول إلى نسب نجاح عالية في أنجاز الأهداف. والثاني، تكثيف التجديد في أنماط سلوك الإدارات وطريقة تفكيرها، والأساليب المستخدمة في إدارة الأفراد، الأفكار، والمؤسسات، إضافة إلى إدارة التقنيات المتطورة كأحد أهم مظاهر تكثيف التجديد. وإلى جانب المهارات والخبرات الجديدة التي تقدم للكوادر الإدارية على المستويات كافة. وفي حقيقة الأمر، أن كثافة التجديد ربما تشتمل على جميع العناصر التي تشكل القيمة الحقيقية للتكثيف مضافاً لها التقنية التي لا تشكل إلا واحداً من العناصر المذكورة.

فقد دأبت المؤسسات الثقافية، والإعلامية على الخصوص العمل على تجديد:

1 - تقنياتها.

2 - خبرتها.

3 - كادرها.

4 - منتجاتها.

5- والاهم من ذلك نمط تفكيرها.

وقد أثر التجديد المشار له بصورة خاصة ومباشرة على المؤسسات الإعلامية وعلى المنتج الإعلامي: الفلم، المسلسل، البرامج، الأخبار، المنوعات، برامج الترفيهية... الخ وقد انسحب التأثير المذكور إلى السمات الوظيفية الاتصالية للمنتج، وأشكال تقديمه، والخدمات التي يؤديها. ومن القيم الإنسانية والبيئية المستهدفة من المنتج في إطار العملية الإعلامية.

ومن الأمور التي يجب أخذها في الاعتبار، أن التجديد المعني ربما يظهر ويبرز في مجالات وأماكن غير متوقعة، إلى جانب اتسامه بالتنوع المستمر. ويمكن تلمس هذه الملاحظة في عدد من قطاعات التقنية وكذلك لدى معظم الإداريين العاملين في الإذاعات المسموعة أو المرئية التناظرية والصحف المحلية. وكذلك في حقل تكنولوجيا المعلومات، وتقنيات البث الرقمية الحديثة.

ومن أكثر هذه الأمور وضوحاً هو تحول صناعة الهواتف المحمولة من تقنية ذات استخدامات محددة إلى أدوات للاستهلاك الجماهيري **Mass Production** الواسع الانتشار. وتكثيف التجديد المعنى لم يأت اعتباطاً وإنما يعكس طبيعة ومستوى التغيرات الاجتماعية الجوهرية والأبعاد التي تجسدها عملية التجديد ذاته. إضافة إلى ذلك التغيير في بنية وتركيب هيكل الفئات الاجتماعية التي تتعامل وتواكب عمليات تكثيف التجديد على المستويات كافة.

فقد نمت وتوسعت الطبقة الوسطى في الدول الغنية، وكذلك في الدول المتخلفة بفعل اتساع

العملية التعليمية، وتوسع المدن على حساب المناطق المتخلفة. وقد قاد ذلك إلى تحول الفئات الجديدة إلى زبون دائم ومستهلك نشط للمنتج الإعلامي، وبصورة خاصة المنتجات المرئية. وتزامن هذا التطور مع عمليات التجديد والتنوع المستمر في بنية وتركيب الفئات الاجتماعية، ومع اتساع حرية الحركة، والحوار، وتبادل المعلومات، ومن ثم حرية التعبير عن الآراء والأفكار التي ربما تتعارض مع عدد من القيم الاجتماعية. كالعادات والتقاليد والممارسات التي لم تعد قابلة للتطبيق في إطار شروط ومستلزمات الحياة الجديدة.

فوق هذا، جاء النظام العالمي الجديد، و المتمثل في عولمة المجتمعات وممارساتها، ليفتح معالم الصراع مرة أخرى بين الجديد والقديم وبصورة خاصة الصراع الثقافي والأيدولوجي. وما يجب الإشارة له أن كثافة التجديد ليست في الحقيقة من نواتج النظام العالمي الجديد، وإنما ترجع في النهاية بأصولها إلى الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر. ويمكن القول أن الاعلام والإدارة الإعلامية ربما في طريقهم إلى استيعاب المفاهيم الجديدة في إغراق الثورة المعلوماتية المعاصرة.

والطفرة الهائلة والنوعية في تغيير المفاهيم، الوظائف، وأساليب العمل التي يحتاجها كل منها، أي الاعلام والإدارة الإعلامية، كي يواكب ويتجاوز آثار الطفرة النوعية المذكورة على مستوى الإنتاج وتنوعه، وعلى مستوى الأداء، والاستجابة (للشارع) للجمهور المشاهد.

من هنا تنبثق ضرورة البحث في جوهر العلاقة بين إدارة المعرفة والمهارات الجديدة التي تتطلبها

الإدارة الإعلامية.

“الذي نعرفه ويعرفه المعنيين بالاعلام، أن الإدارة الإعلامية، وخاصة الصحفية قد شهدت على مدى ثلاثة قرون، شيء من الاستقرار، والعمل وفق مسلمات السوق أو مسلمات الايدولوجيا. إلا أن العولمة الجديدة أعطت الإدارة الإعلامية نطاقاً أوسع من السابق. ومع أنها، أي العولمة، ليست في حد ذاتها مسؤولة عن المنطق الكامن وراء كثافة وتراكم التجديد، وإنما هي وبدون شك، إضافة إليه الكثير، ووسعت نطاقها، ومفهوم الإدارة السابق، إثر التحولات الجديدة، لم يعد قادراً للتعبير عن المفهوم الجديد بوضوح، فإن نمو وتنوع المؤسسات الإعلامية، وظهور أنشطة جديدة مع البث المباشر الرقمي، ومضاعفة البث عبر شبكات الأقمار الصناعية وغيره حمل معه مخاطر جديدة على الإدارة ذاتها وعلى ممارسة الاعلام ووسائله لوظائفها.

وأصبح لزاماً على المعنيين بالاعلام البحث عن جوهر التطور الجديد، والإبعاد المعرفية التي يشترطها. وبالتحديد أكثر اظهار الاهتمام الاوسع والمتزايد بالمعرفة التي تتطلبها عمليات التعليم، والتنظيم، والمشاركة، واستخدام التقنيات الحديثة. وكذلك نوعية الكوادر التي تحتاج لها العمليات الإعلامية، إضافة إلى كيفية ادارة الافراد، والبرامج، وكيفية اتخاذ القرارات وصياغتها. والسلطات التي تتمتع بها الإدارة والقرارات التي تصدرها. والأكثر من هذا كله قدرة الإداء على معرفة استخدامات التقنيات الجديدة.

وبمعنى آخر، كي تتمكن الإدارة من رصد كيفية تشكل المعرفة والمدى الذي تستطيع أن تساهم

به في التشكل المعرفي المعني. بسبب عدم وضوح عملية التشكل المذكورة ،ومن الذي يمكنه أو المسؤول عنها . وماهية الجوانب التي يجب تمييزها ،والاهتمام بها لا بد ان تأخذ بنظر الاعتبار توفر إمكانية توظيف التقنيات الحديثة والتي تركز بدورها على معطيات المعرفة ذاتها . أي تنمية المهارات الإدارية للإعلام والإعلاميين المعنيين بانتاج وإعادة انتاج الرسالة الاعلامية.

وعندئذ يكتسب مفهوم الإدارة المبنية على المعرفة معنى عملي والتي تتميز ، أي الإدارة ، ليس فقط بالتراكم التاريخي للتراث المعرفي عن سابقتها ، بل تتميز أيضاً بالتدفق غير المسبوق للمعرفة (المولدة) المنتجة حديثاً ، والتي يتم تبادلها أو تدميرها . وقد أزداد حجم التدفق المذكور بفعل تطور تقنيات الاتصالات . ولكن ما يجب إقراره أن توسع هذه التقنية يصبح بلا معنى ما لم تكن هناك حاجة دائمة لأشكال جديدة من المعرفة . كما أن التدفق المقصود هنا لا يفصل عن الأشخاص القائمين عليه ، أي اصحاب القرار الذين يمثلون الخط الامامي للإدارات باعتبارهم الأشخاص المعنيين بتحديد اتجاهات المنتج والإنتاج وجميع المعنيين بالاقسام الاخرى ، والمشتغلين بالانتاج (الابداع) الجماعي للمعرفة.

وفقاً لكل الاعتبارات والملاحظات التي قيلت إعلاء عن إدارة المعرفة وإدارة الاعلام ، والتداخل المتاح بين كل من المعرفة والاعلام فكراً وممارسة يدفع بنا إلى معالجة إدارة المعرفة والاعلام في اطار اطروحة إدارة الموضوعات . وعموماً يمكن القول أن إدارة المعرفة تندرج تحت أطروحة إدارة الموضوعات التي تحتل مجالاً واسعاً في ادبيات الإدارة الحديثة واتجاهاتها الوظيفية في إطار تنسيق إدارة العمليات المعلومات وخاصة جمع ومعالجة ونشر البيانات والمعلومات . ومن ثم جمع ومعالجة الإدارة الإعلامية باعتبارها احد اوجه ادارة المعرفة وامتداد لها ، في حقل تداول البيانات والمعلومات ، فإنه يمكن القول أن الإدارة الإعلامية تقع في نطاق دائرة الموضوعات التي تصنع التي تشمل ادارة المعرفة ذاتها . وبتحديد أكثر كي يمكن الوقوف على مرجعية الإدارة الإعلامية لا بد من العود إلى إدارة الموضوعات .

و السؤال هنا ما هي اذن ادارة الموضوعات ؟

استخدم مصطلح إدارة الموضوعات لأول مرة عام ١٩٧٦ كما أشرنا بواسطة الخبير هاورد جاس ، الذي عرف المصطلح المعنى على النحو التالي: إدارة الموضوعات هي عبارة عن قدرة الفهم ، والتحرك (تحريض) ، والتعاون ، وإدارة جميع وظائف التخطيط السياسي والاستراتيجي ، إضافة إلى فهم جميع خبرات العلاقات والشؤون العامة " . لفرض انجاز هدف واحد ذلك هو اقناع المساهمين المعنيين في ابداع السياسة العامة ، تلك التي تحدد نصيب المؤسسات والافراد في التأثير في إطار إدارة الموضوعات ، والتي يمكن تحديدها عملياً في الخطوات الخمس التالية:

1- تشخيص الموضوعات ومقارنتها مع تلك التي يجب أن تتمتع بها الإدارة وخاصة
الاعلامية.

- 2- تحليل وتقييم كل موضوع على حدة مع تقدير تأثيره على عامة الناس .
- 3- عرض الخيارات الاستراتيجية المختلفة المتوفرة للإدارة .
- 4- تنفيذ برنامج فعلي يعكس وجهات نظر الإدارة في المؤسسة الاتصالية لمعرفة مدى تأثير تصورات المستقبل على الموضوع الذي يتبناه البرنامج .
- 5- تقييم البرنامج في مصطلحات واضحة لغرض الوصول إلى أهداف الإدارة والكيفية التي تستطيع وفقها انجاز اهداف موضوعاتها .

المصادر

- 1 - صالح خليل ابو اصبع: ادارة المؤسسات الاعلامية، دار آرام، عمان، الاردن، ١٩٩٧ .
- 2 - الفن توفلر : تحول السلطة، ترجمة: فتحي بن شتوان ونبيل عثمان، الدار الجماهيرية، طرابلس، ليبيا، ١٩٩٢ .
- 3 - الفن توفلر : حضارة الموجة الثالثة، ترجمة: عصام الشيخ قاسم، الدار الجماهيرية، طرابلس، ليبيا، ١٩٩٠ .
- 4 - محمد الجوهرى: علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال، دار المعرفة، ١٩٩٢ .
- 5 - حميد جاعد محسن: التنمية والتخطيط الاعلامي في العراق، وزارة الاعلام، ١٩٨٠ .
- 6 - ارماندها تشويل وآخرون: من الإدارة ذات التوجه للتخطيط، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، اليونسكو، عدد ١٧١، آيار، ٢٠٠٢، ص ٣٧-٥٤ .
- 7 - اللجنة الاقتصادية لغربي آسيا، منهجية إدارة المعرفة، نيويورك، ٢٠٠٤ .
- 8 - حميد جاعد محسن: الإدارة الإعلامية، مخطوطة تحت الطبع .