

# تأثير التمويل للمؤسسات الصحفية في إقليم كردستان - العراق

## دراسة ميدانية للقائم بالاتصال

ياد احمد مراد<sup>1</sup>، أم. د. هشيار مظفر علي<sup>2</sup>، أم. هردوان محمود كاكه شيخ<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> قسم الآلام، كلية الآداب، جامعة صلاح الدين، أربيل، إقليم كردستان - العراق

### المستخلص

تعاني المؤسسات الإعلامية من العديد من المشكلات على رأسها تقييد السلطة التنفيذية له، كما تشمل أزمات تتعلق بحقوق المواطنين في الحصول على المعلومات، انحسار التعددية في الآراء حول القضايا المختلفة في ظل أزمة مهنية وموضوعية شديدة. تغول المال في الحياة السياسية و قام بغزو للإعلام المرئي والمسموع والمقروء من قنوات وصحف وإذاعة إلى درجة الاستيلاء عليها، وقد آثار ذلك الكثير من التعليقات والتحفظات بسبب التدخل في المحتوى الإعلامي بغرض توجيه الرأي العام أو في بعض الأحيان تضليله. تدون دساتير وقوانين الكثير من الدول كل ما تراه ي خدم حرية شعوبها ولكنها أحيان كثيرة في حقيقة الأمر حبر على ورق، ولن تكون هناك حريات مفعلة في أي بلد مادامت سلطة الشعوب ليست بيدها خاصة في الدول العربية، وعلى الرغم من أهمية استقلال المؤسسات الإعلامية والصحفية عن السلطة وبخاصة وسائل الإعلام المملوكة للدولة وأن دورها ممثل في الخدمة العامة وليس خدمة السلطة وأهدافها؛ إلا أن ذلك غير متحقق على أرض الواقع، إن الإعلام الآن تم تجنيده في إطار حالة الاستقطاب السياسي الحالي بين المؤسسات الحاكمة وبين المناوئين لها، ليس هذا فحسب؛ بل كثيراً ما تورطت جهات إعلامية في خطابات محرضة تنطوي على تمييز على أسس سياسية أو طائفية أو غيرها من الأسس التي يجرمها الدستور وذلك رغم تنامي سيطرة أجهزة الدولة على المؤسسات الإعلامية الخاصة مؤخراً كما سيفند التقرير من خلال عمليات الاستحواد للمال السياسي على المجال الإعلامي.

مفاتيح الكلمات: التأثير، التمويل، المؤسسات الإعلامية، القائم بالاتصال.

لتحقيق غرض هذه الدراسة نتناول جانب تأثير التمويل و ملكية الصحافة الورقية وكيفية تأثيرها في المحتوى الصحفي.

وبما أن فرضية هذه الدراسة تزعم وجود علاقة ارتباطية بين تأثيرات التمويل و ملكية الصحافة الورقية والمؤسسة الاعلامية والمضمون الصحفي، فإنها تهدف الى البحث والتنقيب عن إشكالية المحتوى الصحفي المتعلقة بملكية الصحافة الورقية والمؤسسة الاعلامية، ونفوذ الكمية في تحديد القرارات التحريرية للمؤسسات الصحفية في إطار الاقتصاد السياسي العالم، في العالم الاعلامي.

### 1. مقدمة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تتناوله. وقد تكون الوحيدة في الشأن الاعلامي في إقليم كردستان من حيث مقاربتها بأسلوب منهجي العالقة الوثيقة بني الدور الوظيفي للعالم و ملكية وسائل الاعلام. وقد ركزت الدراسات الاعلامية السابقة في العالم، وتتعلق إشكالية الدراسة بالمحتوى الصحفي من حيث استقلالية الرسالة الاعلامية وحياديتها وحرية التعبير. ويمكن رد هذه الاشكالية عادة الى أسباب مختلفة، ولكن

للبحث، فاختصّ المبحث الأول ببيان خطوات البحث؛ وعرض مشكلة البحث، وأهميته البحث، وتسأؤلاته، وأهدافه، فرضيات البحث، تحديد المصطلحات، الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني فقد تم فيه عرض إدارة المؤسسات الصحفية وتمويلها في مبحثين، خصّ المبحث الأول مفهوم إدارة المؤسسات الصحفية، تعريف إدارة المؤسسات الصحفية، أنواع إدارة المؤسسات الصحفية، العلاقة بين إدارة المؤسسات الصحفية والسلطة السياسية. أما المبحث الثاني فقد خصص مفهومه وأنواعه و مصادره وتناول مفهوم التمويل، أنواع التمويل (تصنيف التمويل)، مصادر التمويل.

وتناول الفصل الثالث السياسة التحريرية للمؤسسات الصحفية، وقسم الى مبحثين: المبحث الأول خصص بتوضيح السياسة التحريرية، التعاريف والمفاهيم، أنواع السياسات التحريرية، فنيات السياسة التحريرية. أما المبحث الثاني العوامل المؤثرة في السياسة التحريرية، دور التمويل في السياسة التحريرية، المؤثرات على السياسة الصحفية و التحريرية، أسس السياسة التحريرية.

أما الفصل الرابع فقد يعرض نتائج الدراسة التحليلية، وقسم إلى مبحثين، خصّ المبحث الأول منها الاطار المنهجي للدراسة أما المبحث الثاني فقد خصص لنتائج الدراسة التحليلية والنتائج الخاصة الدراسة الميدانية وقوائم المصادر والمراجع وقائمة الملاحق. أولاً: مشكلة البحث:

إن السياسة الإعلامية بحد ذاتها قد تشعبت دلالتها في بطون الكتب الإعلامية، وخلالها يومئ الإعلاميون المختصون إلى مدونة سلوك أو إرشادات تحريرية، وإن المحتوى في غالبه متقاطع حول جوهر القيم الصحفية الممارسة، مثل الحقيقة والدقة والمسؤولية تجاه الجمهور.

هذا، وإن معرفة التمويل بماهياتها وحيثياتها في المؤسسات الإعلامية ليس بالأمر السهل، وإن المعلومات السليمة لن تتأثى من الجهات المعنية؛ لهشاشة الثقة، وإن الجهة الممولة كثيراً ما تكون خفية وغير شفافة، وإتاً معطيات سيرورة العمل للمؤسسة هي التي ترشدنا إلى وجود التمويل، ومعرفة حيثيات هذا التمويل ليس بالأمر الهين.

ثانياً: أهمية البحث

إن أهمية السياسة التحريرية لأي وسيلة إعلامية هي أساس عملها الإعلامي والإخباري المقدم للجمهور، كما أنّ الكلمة هي الطريقة المثلى لمعرفة التشابكات السياسية والاقتصادية والمجتمعية وفهمها. هذا، وأنّ تأثير التمويل على السياسة التحريرية تبين مدى الثقل السياسي الحزبي وتقاطعات رأس المال والعلاقات العامة مع وسيلة الإعلام.

وتبني الدراسة فرضية أن تأثير التمويل و ملكية الصحافة الورقية قوة وسطوة تمكنها من التأثير في السلوك الاعلامي؛ بما يضمن توافق المنتج الصحفي مع رغبات الملاك؛ من جهات حكومية أو خاصة..

لذلك تتبع الدراسة نهج الاقتصاد السياسي للاعلام بعنايتها في المقام الاول مبعة علاقات القوة (الاقتصاد والسياسة) وإدراكها وتفكيكها وتحليلها وتأثيرها في الدور الوظيفي لوسائل الاعلام وفي نقل الاخبار والمعلومات من الاعلام الى الجمهور.

كما تسلط الدراسة الضوء، مستعينة بدراسات أجريت في بلدان مختلفة، على تأثير احتكار السلطة الاعلام، وارتباطه بتدني النتائج المرتبة على ذلك في ما يتعلق باستقلالية التعبير والحريات العامة، وحقوق الانسان ومؤشرات الصحة والتعليم، وآليات المساءلة الحكومية والمحاسبة ومحاربة الفساد.

من هذا المنطلق ونسبة الى الاهمية المتعاطمة التي يكتسبها الاعلام يومياً وتزايد سطوته في تشكيل الرأي العام وتوجيه مساراته، تفرض مجموعة من التساؤلات الحاسمة نفسها في ما يتعلق بهيكلية الصحافة الورقية وملكيته في كوردستان. مثلاً، كيف تُنظم الصحف الورقية على النحو الامثل من أجل تمكينها من تحقيق أفضل لوظائفها التنويرية والرقابية؟ ويرتبط هذا السؤال بدوره مباشرة بمسألة ملكية وسائل الاعلام أي: أيكون من الافضل للصحف والمحطات الاذاعية والقنوات التلفزيونية أن تكون مملوكة للحكومة أم للقطاع الخاص وهل يجب ان تنظم الممارسة الاعلامية بأطر وقوانين تكرس الاحتكار؟

أم هل تنظم باطر وقوانين تشجع على التنافسية والتعددية؟ وقد اتبعت الدراسة النهج الوصفي التحليلي بمساعدة الادوات الاملائمة من تحليل لصحف الكوردية يومية او الاسبوعية مختارة والمقابلات الشخصية والملاحظة، للعمل على إثبات فرضية تأثير التمويل و الملكية أو نفيها، وذلك برصد المضامين الاعلامية، وربط نتائج الرصد بملكية الصحف الورقية والهياكل التحريرية ونفوذ رأس المال السياسي بشقيه الحكومي والخاص.

و توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها أن ملكية الصحافة الورقية في المؤسسات الاعلامية ليست لديها القدرة وحدها على أن تمثل أداة مفصلية للتحكم في حرية النشر والتعبير، واستقلالية محتوى الرسالة الاعلامية؛ إذ يتضح من خلال هذه الدراسة أن المؤسسة السياسية في اقليم كوردستان بمختلف فروعها السياسية والتنظيمية والقانونية والامنية والاقتصادية، وليست الملكية، هي الجهة الرئيسة التي تمارس السيطرة على السلوك الاعلامي ما ينتج منه مضمون صحفي محدد.

واقترضت طبيعة الموضوع والمادة العلمية إستواء البحث على اربعة فصول، يستعرض الباحث في الفصل الأول الإطار المنهجي والنظري

المبحث الأول: مفهوم إدارة المؤسسات الصحفية

أولاً: تعريف إدارة المؤسسات الصحفية  
إدارة المؤسسات الصحفية:

إنّ للإدارة تعاريف كثيرة؛ ذلك أن الإدارة تدخل في كل جوانب الحياة الإنسانية في أعمالها اليومية، وأن الإدارة في أي عمل أو أي مؤسسة تدخل في نشاطاتها التي تقوم بها، وذلك إما تكون نشاطاً اقتصادياً أو إدارياً أو التجاري أو أي خدمة تتطلب تقديمها، وبالتالي فالإدارة الجيدة تثمر في نجاح ذلك التخطيط التي رسمت لتلك العملية في معالم برامجها. (السيد الكوردي، مدخل التنمية الإدارية، تاريخ الزيارة 2021/3/7)

هذا، وتؤكد الحقائق أن الإدارة هي الركيزة الأساسية في التطور الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للدولة الحديثة، وأن مجرد رسم السياسة العامة بدقة ليس كافياً، بل يستلزم أن يكون هناك جهازاً إدارياً فعلاً يقوم بتنفيذ هذه السياسة في أقصر وقت وبأقل تكلفة ممكنة. وبمعنى آخر: إنّ نجاح خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسة لا يتم بتوفير الموارد المالية والبشرية اللازمة وأستيراد وإنتاج تكنولوجيا الحديثة فقط، كما وإنّ التقدم لا يتم بمجرد استيراد الآلات الحديثة وتوفير الأموال اللازمة، بل إنه يحتاج إلى فكر إداري وتنظيمي يحسن أستثمار هذه الأموال وتخطيط عمليات الإنتاج ووضع الفرد المناسب في المكان المناسب. (ahmedkordy.blogspot.com)

وقد عرف فايول الإدارة على أنها ((عبارة عن مجموعة من النشاطات أو الوظائف، وتمثل هذه النشاطات أو الوظائف في:

التخطيط والتنظيم والأمر والتنسيق والرقابة، وهذا المنهج يعتبر منهجاً ممماً لأنه لا يقيم وزناً للدور أو المنصب.)) (ملحم، مجلة الإدارة، العدد 09 أكتوبر 2011: 43)

وعرف الصباب الإدارة أيضاً على أنه تتلخص في (ذلك النشاط الذي يهتم بتخطيط وتنظيم وتوجيه وتنسيق ورقابة أعمال الآخرين لتحقيق هدف معين.)) (الصباب وآخرون، 2010: 25)

أما أبو سمرة فيقول: "إن الإدارة تتركز على الوظائف التي يقوم بها الأفراد وباراز ما يقوم به المديرون من أعمال لتحقيق الأهداف، كما تبرز أهمية التنسيق والتعاون و الاتصال في الجهة المبذول من قبل المدراء والعاملين". (أبو سمرة، 2011: 18)

وكما عرف هيدى (Heady) بوسيلة لتحقيق غايات محددة. في حين يقول روات (Rowat): إن الإدارة هي وسيلة لتحقيق غايات محددة. أما يثول روات (Rowat) فيرى أن الإدارة هو العمل؛ بغية تنفيذ الأشياء لتحقيق أهداف محددة.

هذا، وإنّ هود جيتز (Hodgetts) هو الآخر في طروحاته للإدارة، ويلخصها في عملية تنفيذ الأشياء من خلال الناس. (شاكرا، 2011: 17)

ومن هنا، فإن دراسة أكاديمية عن التمويل وماهيات تأثيرها على السياسة التحريرية للمؤسسات الصحفية في إقليم كردستان تنير تلك القواعد المهنية التي يتكئ عليها الإعلام، ويرشدنا إلى معرفة الأسس العلمية السليمة لبيان سلطة التمويل على ماهيات السياسة التحريرية بناءً على المعطيات السليمة لتثمر في النهاية إلى نتائج سليمة.

ثالثاً: أهداف البحث.

معرفة ماهيات السياسة التحريرية للمؤسسات الصحفية في إقليم كردستان.

بيان الاعتبارات السياسية والمهنية في السياسة التحريرية. إظهار الأفق الجديدة في السياسة التحريرية؛ فضلاً عن ترجمة السياسة التحريرية في الصحف الكوردية.

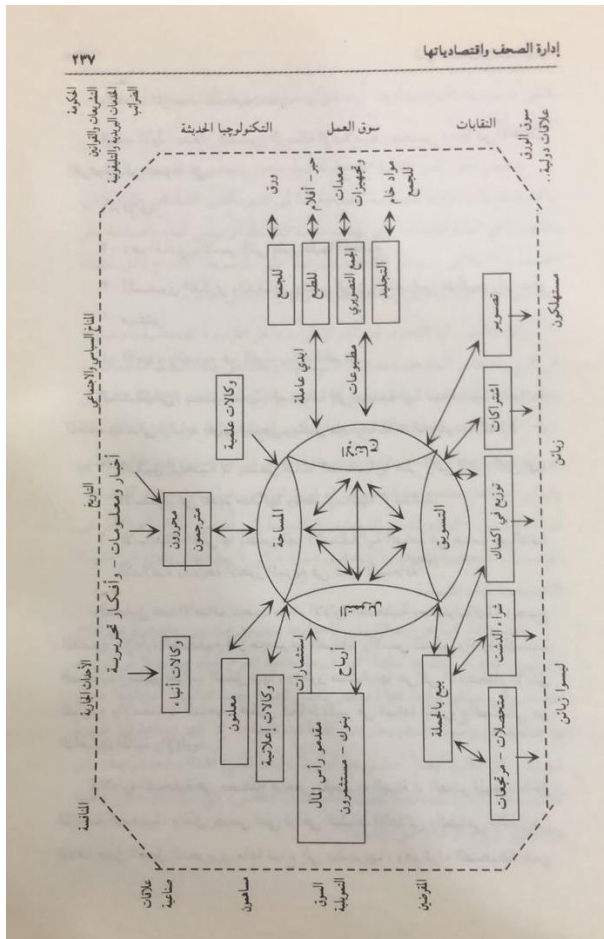
بيان التمويل الإعلامي، إلى جانب بيان خصائص وسماة الاقتصاد للتمويل الإعلامي.

معالجة المشكلات والمعوقات التي يتصدى لها التمويل الإعلامي. بيان تأثير التمويل على القائمين بالاتصال والسياسة التحريرية للصحف الكوردية.

معرفة حدود التأثير بين السياسة التحريرية والتمويل المباشر وغير المباشر. بيان جوهر السياسة التحريرية في المؤسسات الصحفية.

رابعاً: أسئلة البحث

1. ما هي ماهية السياسة التحريرية للمؤسسات الصحفية في إقليم كردستان؟
2. ما هي الاعتبارات السياسية والمهنية في السياسة التحريرية؟
3. ما هي الأفق الجديدة في السياسة التحريرية؟ وكيف ترجمت السياسة التحريرية في الصحف الكوردية؟
4. ما هو التمويل الإعلامي؟ وكيف تظهر خصائص وسماة الاقتصاد للتمويل الإعلامي؟
5. ما هي المشكلات والمعوقات التي يتصدى لها التمويل الإعلامي؟
6. كيف تؤثر التمويل على القائمين بالاتصال والسياسة التحريرية للصحف الكوردية؟
7. ما هو حدود التأثير بين السياسة التحريرية والتمويل المباشر وغير المباشر؟
8. ما هو جوهر السياسة التحريرية للمؤسسات الصحفية؟



مفهوم الإدارة في المؤسسات الصحفية:

تعدّ الإدارة الإعلامية من المواضيع الجديدة بالدراسة والبحث، فإدارة المؤسسة الإعلامية تختلف بطبيعة المهنة عن إدارة المؤسسة الاقتصادية أو الصناعية؛ كون المؤسسات الإعلامية مكتوبة كانت أم مسموعة أم مرئية تتعامل مع الاحداث الاتية. (عزيز، 2018: 89)

مفهوم المؤسسة الصحفية:

إنّ المؤسسة الصحفية هي "المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة، وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة".

ولاشك أن التطور الهائل في رأس المال الصحفية، وما أستتبع ذلك من تحول ملكيتها الفردية الى الملكية المتعددة الاشكال، وما صاحب ذلك من تطور في الخدمة الصحفية، هو الذي أدى إلى ظهور التعبير المعاصر لتلك الجهة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحيفة أو مجموعة الصحف، وهو تعبير "المؤسسة الصحفية".

هناك تقسيم كلاسيكي للمؤسسات الإعلامية، هذا التقسيم يقوم على معيار الوسيلة الإعلامية، حسب هذا التقسيم تنقسم المؤسسات الإعلامية إلى أربع أنواع:

المؤسسات الصحفية.

المؤسسات الإذاعية.

المؤسسات التلفزيونية.

وكالات الانباء. (عبدالغني، 2006: 54)

تخطيط و العمليات الإدارية و التمويلية و التحريرية في المؤسسات

الصحفية. (علم الدين، العباسي، 2001: 237)

أنواع الإدارة / مفهوم الإدارة الصحفية:

إنّ الإدارة الصحفية هي مصطلح صحفي يقصد به الهيئة أو العضو الموجود داخل المؤسسة الصحفية. والذي يهيمن على نواحي النشاط الاعلاني والطباعي والتوزيعي بهدف جعل العمل التحريري مادة تباع إلى مشترته، وهم قراء الصحيفة بثمن يغطي مصروفات إصدارها، ويحقق ربحاً مجزياً لأصحاب رأس أموال أو الناشرين. (علم الدين، العباسي، 2001: 239)

أنواع الإدارات الرئيسية في المؤسسات الصحفية.

رغم اختلاف المسميات لهذه الإدارات في الصحف إلا أن معظمها يدور حول الإدارات الآتية:

الإدارة العليا: وتضم مجلس الإدارة أو الناشر ومهمتها وضع سياسة الصحيفة وتحديد الأهداف المحتملة والمتنامية والحفاظ على مستوى الصحيفة. إدارة التحرير: ومهمتها التخطيط والإعداد لإصدار الصحيفة بشكل دوري، وتتكون من عوة أقسام هي (قسم تحرير الاخبار - غرفة الاخبار - ديسك التحرير - قسم التصوير - المكتبة والارشيف). وتسمى هيئة التحرير وتقبلها في الإذاعة و التلفزيون إدارة البرامج.

الثاني: يتعلق بتحول الصحافة الى صناعة لها متطلباتها وأدواتها المكلفة وبالتالي ارتباط بقائها بالدخل، ويمثل مجموعة الأهداف الفرعية الآتية:

1. تحقيق الربحية، مما يضمن عائداً استثمارياً على رأس المال يكفل لها الاستمرار في تقديم خدماتها ويحقق أهداف رسالتها الإعلامية.
2. الاستقلال المالي بما يضمن لها الاستقلالية التامة في خدمة رسالتها الإعلامية ومتابعة التطور السريع في تقنية الصحافة.
3. وهذا البعد بأهدافه الفرعية يعتمد بالدرجة الأولى على الإعلان الذي يمثل دخله في الغالب 60% من دخل المؤسسة الصحفية والذي يغطي بدوره الحسائر الجسيمة التي تتعرض لها المؤسسة من ارتفاع تكلفة التوزيع والأسعار. (الرفاعي، 2015: 125 - 126)

إدارات المؤسسات الصحفية وأنواعها، ووظائفها: وظائف الإدارة: تنقسم العملية الإدارية إلى عدد من الوظائف الإدارية التي تمثل مجموعة الأنشطة التي يمارسها المدير في مؤسسات الأعمال والتي تعطي صورة أوضح لطبيعة عمله، وهذه الوظائف هي:

التخطيط.

التنظيم.

التوجيه.

الرقابة.

(علم الدين، العباسي، 2001: 217)

أولاً: وظيفة التخطيط

مفهوم التخطيط الإداري الإعلامي: إنَّ التخطيط الإداري هو عملية إدارية أساسية وصعبة في الوقت نفسه، وحتى نفهم هذا المعنى دعنا في البداية نحدد ماهية التخطيط، والأسباب التي تدعونا للتخطيط، والاتجاهات الأساسية للتخطيط ولهذا قال الأستاذ بيلي جونيز بصدد بحثه عن التخطيط "تبرز مشكلة التخطيط عندما نكتشف أن هناك حولاً متعددة لأمر ما". (اللحام وآخرون، 2018: 95)

أهمية التخطيط للمؤسسات الصحفية: إنَّ أهمية التخطيط للمؤسسات الصحفية تتجلى فيما يأتي:

تطوير المؤسسة من ناحية إنشاءات ومعدات لمواجهة التطور التكنولوجي المستمر فيما يتعلق بالأجهزة والآلات التكنولوجية التي تحتاجها في الإرسال والاستقبال والطباعة ومعالجة المعلومات.

خطط لتنمية مواردها الاقتصادية لعمل دراسات تتعلق بتقديم خدمات جديدة مثل إصدار صحيفة أو مجلة أو عمل مشروع جديد تابع للمؤسسة الإعلامية أو توسيع خدماتها الإعلانية أو التخطيط لتوسيع مجال التوزيع في أسواق جديدة.

إدارة الشؤون المالية والإدارية: وهي مسؤولة عن التشغيل الكفاء للأنشطة الخاصة بإنتاج وعائد الصحيفة وتضم الوحدات التالية مثل: قسم الإعلانات - قسم التوزيع - قسم الطباعة - إضافة الى ما يختص بشؤون الموظفين وتعرف بالجهاز الإداري للمؤسسة.

إدارة التخطيط والبحوث (قسم الترويج) وهي تقوم بأعمال العلاقات العامة وتختص بأعمال التخطيط والبحوث والترجمة والاتصالات الخارجية.

إدارة الشؤون الفنية: وتتولى المسؤولية عن كافة الأجهزة الفنية والتقنية والمتابعة الفنية من عمليات الطباعة والتوزيع وتحديث برامج الكمبيوتر والإشراف على الورش الفنية وأعمال الصيانة وأجهزة الإرسال والاتصال وغير ذلك و تسقى هذه الإدارة أحياناً بالجهاز الفني. (زامل: 69- 70)

أسباب دراسة الإدارة الصحفية:

تشمل عوامل دراسة الإدارة الصحفية في مجموعة من النقاط الآتية، وهي: ضخامة الاستثمارات في مجال الصحافة: حيث تحولت الى رؤوس أموال ضخمة، مما أدى إلى إنشاء كتل احتكارية تتولى إصدار الصحف في معظم البلاد الرأسمالية حيث تسود النظرية الليبرالية وبحيث تحولت حرية الصحافة إلى حرية للنفر القليل من الرأسماليين الذي ملك إصدار الصحف.

دخول ثم خروج الحكومات في هذا النشاط: يلاحظ أن مشكلة سيطرة رأس المال على الصحافة لوجود لها في الدول الاشتراكية، التي تسود في الملكية الجماعية وتصدر فيها الصحف عن التنظيمات السياسية والجمهورية ولا تهدف أساساً الى الربح لقد صدر في وقت من الأوقات في الاتحاد السوفيتي (السابق).

صعوبة مشاكل الإنتاج في الصحافة: الصحافة مثل باقي صناعات، لا تحلو من مشاكل وصعوبات إنتاجية، إلا أن الصحافة تقابلها بالدرجة الأولى مشكلة تتعلق بالإنتاج الإنساني للفكر والإعلام، ثم تقابلها بعد ذلك مشكلة الحسم في الوقت الزمني، وبخاصة في نشر الاخبار والسبق الصحفي، ثم السبق الى الأسواق التوزيع، ذلك أنه في بداية صناعة الصحافة، وقبل أن تتحول الصحف من الحرف الساخن الى حرف البارد. (المسلمي: 18 - 20)

أهداف المؤسسة الصحفية

لمؤسسة الصحفية بعدان، وهما:

الاول: يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية ويتضمن عدداً من الأهداف الفرعية يمكن حصرها في:

1. الأخبار.
2. دعم المبادئ والأسس التي يقوم عليها المجتمع.
3. رفع المستوى الفكري والثقافي ونشر الوعي السياسي لتكوين رأي عام مستثير.
4. الإمتاع والترويج عن القراء بالمادة الخفيفة.

أهمية التنظيم في المؤسسات الصحفية:

يعدّ التنظيم في المؤسسات الصحفية من أهم الأسس العلمية في إدارة المؤسسات الإعلامية بشكل عام والصحيفة بشكل خاص، إذ أن كل مدير أو مسؤول بحاجة الى تنظيم مروؤسية بشكل ينجز الواجبات الملقاة على عاتق المجموع، بما يحقق أهداف المؤسسة.

ويعمل التنظيم على تجميع الموارد المتاحة بأفضل الأساليب أو تحديد الأنشطة اللازمة لتحقيق الأهداف، وتخصيصها على الافراد، وفق قدراتهم وخبراتهم.

كما عرف (صالح خليل أبو أصعب) التنظيم "بتحديد العلاقات والمسؤوليات والواجبات المطلوبة من كواردها، ودراسة لأشكال التنظيم الإعلامي تستلزم دراسة لوسائل متعددة من المؤسسات الإعلامية مثل الإذاعة والتلفزيون والصحافة و وكالات الأنباء و وكالات الإعلان و العلاقات العامة". (أبو أصعب، إدارة، 2010: 156)

التنظيم في المؤسسة الصحفية يضم الإدارات الآتية:

إدارة التحرير (رئيس التحرير، مدير التحرير، معاونو التحرير، السكرتارية).

التحرير (رؤساء التحرير).

إدارة الشؤون المالية.

إدارة المطابع (المطابع، اللوائح الاستنساخ، التصوير الطباعي).

إدارة التوزيع والإعلان.

إدارة القسم الفني (التنضيد، التصميم، التنفيذ، المنتج).

والعمل الإعلامي الناجح يحتاج الى تنظيم إداري جيد مع توفير قيادة جيدة وبيئة عمل مناسبة وكوادر ذات كفاءات عالية. (كاسوفو، ت أحمد: 81)

وينحصر التنظيم في المؤسسات الصحفية في ثلاثة أقسام وهي:

الوظائف القيادية، وتشمل المديرين و المخططين و المشرفين على العمل، وهم يصدرن القرارات و يسيطرون على قنوات الاتصال داخل المؤسسة.

الوظائف التنفيذية وهي التي تباشر تنفيذ المهام اليومية في إطار المؤسسة، وتنوع هذه الوظائف يشمل:

فنية (التحرير والإخراج، التصوير والرسم .... الخ).

وظائف ابداعية (الكتاب، المؤلفون، الموسيقيون، ...).

وظائف إدارية مكنية.

وظائف خدمات مثل (السكرتارية، السائق، .... الخ).

الجودة في المؤسسات الصحفية:

ارتكزت المؤسسات الصحفية في تنظيم عملها على مبادئ علم الإدارة و وظفت إمكانياته لتحقيق أداء أفضل في العمل الصحفي، وكان للتطور الحاصل

التخطيط لتنمية الكوادر البشرية لتعزيز كفاءة المؤسسة الإعلامية ومدتها بدماء جديدة من خلال التخطيط لبرامج تدريبية وبعثات وغيرها.

التخطيط لمواجهة منافسات المؤسسات الإعلامية المشابهة.

التخطيط لتنمية المؤسسة ومواجهة التغير الذي يطراً عليها.

التخطيط فيما يتعلق بالجانب التحريري لتكون الصحيفة جذابة وتلبي حاجة القراء.

(البراق، الموقع الشخصي <http://www.albarrq.co>، تاريخ الزيارة

ساعة 8.30 مساءً 2021/3/8)

خطوات التخطيط في المؤسسات الصحفية. يير التخطيط الإعلامي بخطوات عديدة على النحو الآتي:

جمع المعلومات.

تحليل الموقف.

تحديد الهدف.

دراسة المشروع.

دراسة الجمهور.

اختيار الوسائل.

تحديد الوقت والجدولة.

تحديد الميزانية.

المتابعة والتقويم. (عزيز، 2018 : 109 - 111)

ثانياً: وظيفة التنظيم:

عرف التنظيم الإداري بالاطار الذي تتعاون داخله الجهود البشرية لتحقيق هدف عام، وعرف أيضاً بالنظام الذي تتداخل فيه علاقات مجموعة من الأفراد المكونين للتنظيم.

- د. سوار الذهب أحمد عيسى

- التنظيم الإداري وبناء الهياكل التنظيمية

- جامعة أفريقيا رابطة المهندسين السوريين ([www.syreng.org](http://www.syreng.org))

هذا، وقد عرف التنظيم الإدارة من قبل (عرفة على ملحم) على أنه "وضع الخطط مع بعضها البعض لتنفيذها، وتشمل عملية تنظيم الموارد بشقيها البشرية

والمادية. وخلق الهيكل التنظيمي والعلاقات المتبادلة، وتوفير المراقبة المستمرة التقييم، وتكون الإدارة في هذا النشاط شبيهة بالنظام العصبي للكائن الحي،

فهي تتصل بكل أطراف وأعضاء المنظمة، تصدر التوجيهات وتستقبل التغذية المرتدة". (ملحم، مجلة الإدارة، العدد 90 - أكتوبر 2011: 43)

التي من شأنها الحصول على الأموال من مصادر مختلفة ومناسبة، والاستفادة القصوى من هذه الاصول بحيث تتحقق من جراء ذلك درجة عالية من الكفاءة في استخدام هذه (الأموال): (كنجو، 1997: 41)

كما وعرف عساف التمويل بتدبير الأموال اللازمة لإقامة المشروع ما يلزم من مال لتشغيله بعد إنشائه، وتقدير كيفية استخدام الأموال المتاحة بأكبر قدر من الكفاءة. (عساف، 1987: 102)

هذا، وقد وعرف بعض علماء الإدارة التمويل على أنه إمداد بالأموال في أوقات الحاجة إليها. (الحاج، 2002: 21)

أما علماء المحاسبة فقد عرفوا التمويل بتدبير الأموال أو الموارد اللازمة للنشاط الاقتصادي سواء كان من الموارد الذاتية للشخص أو من غيره، والتمويل من الغير يسمى أئتمناً ويقوم على نقل القدرة التمويلية من فئات الغائض إلى الفئات التي تحتاجه لأستخدامه في النشاط. (عمر، 1998: 4)

ومن هنا، فالتمويل يقصد به توفير الموارد الحقيقية وتخصيصها لأغراض التنمية، وهذا ما يؤكد الزبيدي أيضاً، إذ يضيف بأن الموارد الحقيقية هي تلك السبع والخدمات اللازمة لإنشاء المشروعات الاستثمارية، وتكوين رؤوس أموال جديدة واستخدامها لبناء الطاقات الإنتاجية؛ قصد إنشاء السلع والخدمات الاستهلاكية. (الزبيدي، 2000: 159)

إدارة المصارف / استراتيجية تعبئة الودائع وتقديم الائتمان.  
مفهوم التمويل: يقصد بالتمويل توفير الموارد المالية اللازمة لإنشاء المشروعات الاستثمارية، أو تكوين رؤوس الاموال الجديدة و استخدامها لبناء الطاقات الانتاجية قصد أنتاج السلع والخدمات، أو هو عبارة عن البحث عن الطرائق المناسبة للحصول على الأموال واختيار وتقييم تلك الطرائق والحصول على الميزج الافضل بينها بشكل يناسب كمية ونوعية احتياجات والالتزامات المنشأة المالية. (خوني و حساني، 2008: 95-96)

مفهوم التمويل: البحث عن الطرائق المناسبة للحصول على الأموال والاختيارات وتقييم تلك الطرائق والحصول على الميزج الافضل بينها بشكل يناسب كمية ونوعية احتياجات والالتزامات المنشأة. (الزغبى، 2000: 105)

#### أولاً: مفهوم التمويل: Financing

لقد عرف التمويل بتعاريف عديدة، وعلى العموم فإن التمويل عبارة عن مجموعة من الأسس والإجراءات لتحقيق المالية المنشودة لمشروع ما، من أنسب المصادر المالية المتاحة، ذلك أن التمويل من أحد مصادر بناء وتأسيس مؤسسة ما، أو شركة ما، أو ضمان استمرارية المؤسسة وتوسيعها.

ومن هنا، فإن التمويل عبارة عن عملية جمع مبلغ مالي ضروري، وإخضاعها لتلك المؤسسة بشكل مستمر من قبل المساهمين أو صاحب المؤسسة، إلى جانب تجسيد تلك الثروة في ميزانية المؤسسة.

في اسلوب إدارة العمل الصحي الأثر في تغيير نوعية الخدمات الإعلانية والصحفية المقدمة للجمهور ومنها، إبراز عنصر المنافسة بين هذه المؤسسات عن طريق المنتج الإعلامي ومدى الاستجابة له جماهيرياً ويقاس "تطور وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وأضافها بمقدار ما تمتاز به من قرارات ترفع من شأنها وتجعلها في موقع التأثير الفعال في عيون القارئ وأذان المستمعين و تفكير أولى الأمر والشأن والمسؤولية العاقلين". (كبريت، 2010، ص 37)



هذا التخطيط يوضح إدارة الجودة (ثلاثية إدارة الجودة) (عبوي، 2006: 18)

المبحث الثانية: التمويل: مفهومه وأنواعه و مصادره  
تعريف التمويل ومفاهيمها:  
تعريف التمويل لغة:

قد عرف التمويل بتعريفات عديدة في المعاجم اللغوية، إذ جاء في لسان العرب أن التمويل يرجع أصل لفظه إلى مصدر الفعل مسؤول، فهو مشتق من المال: (وقلت بعدنا تمأل ومليت وتمولت). (ابن المنصور، (636/11))

كما أشار الفيروز أبادي دلالة التمويل بملئته: أي: (أعطيته المال). (أبادي، 1986، (52/4))

كما وقال الغيومي في المصباح المنير عن التمويل بأن "تمول: اتخذ مالا وموله غيره". (الغيومي، (586/2))

وجاء الحقل الدلالي لمفردة التمويل في الحديث الشريف كآلآتي: (( خُذْهُ فَتَمَوَّلْهُ وَتَصَدَّقْ بِهِ، فَمَا جَاءَكَ مِنْ هَذَا الْمَالِ وَ أَنْتَ غَيْرُ مُشْرِفٍ وَلَا تَسَائِلٍ فَخُذْهُ، وَ إِنْ فَلَا تُثْبِعْهُ نَفْسَكَ)). (بن بردزبه، 2001)

فالل عند العالم مرتضى الزبيدي: (ما يمتلك من كل شيء) (الحسيني، (427/30))

وجاءت مفردة المال في المعجم الوسيط كآلآتي: (كل ما يملكه الفرد أو تملكه الجماعة من المتاع أو عرض ض تجارة، أو عقار أو نقود). (مجمع اللغة العربية، المحجم الوسيط، (892/2))

تعريف التمويل اصطلاحاً:

ومن حيث تعريف التمويل اصطلاحياً، إذ عرف بتعريفات عديدة، منها م ذهب الاقتصادي كنجو على التمويل "عملية تنطوي على مجموعة الممارسات

تمويل قصير الأجل: ويقصد به الأموال التي لا تزيد مدة استعمالها عن سنة بالمبالغ النقدية التي تخصص لدفع الأجور وشراء المواد والتوسع الموسمي وغيرها من المدخلات اللازمة لإتمام العملية الإنتاجية والتي يتم تسديدها في الحصلة المنتظرة للفعاليات الجارية نفسها.

تمويل متوسط الأجل: وتتراوح مدته من سنتين إلى خمس سنوات، موضوعه في الغالب يخص تمويل المشتريات والمعدات والآلات الخاصة بالربحية المنتظرة من هذا التمويل، والتي يتعين عليها وفاء القرض.

تمويل طويل الأجل: ينشأ من طلب الأموال لتكوين رأس المال الثابت وتزيد مدته عن خمس سنوات، مثل عمليات التوسيع. (الشجيري، 2014: 103)

### المبحث الثالث: الاطار المنهجي للدراسة

يستعرض هذا الجزء الخطوات العلمية للدراسة، لتحديد مجتمع البحث و اختيار عينة البحث وما مدى مقياس وثباته وايضا يقدم الادوات الاحصائية مستعملة و هذا بالاخذ عين اعتبار المنهج المستخدم في كتابة الدراسة

#### تقدم الخطوات:

الاطار المنهجي للدراسة: الاطار المنهجي للدراسة يقصد به الطريقة الذي يتبعه الباحث للاستكشاف وحل مشكلة البحث (الدليمي، 2004: 64) لان هدف البحث هو معرفة و كيفية و الكمية، ولان موضوع الدراسة هو موضوع وصفي. فان الاطار المستخدم من قبل الباحث هو المنهج المناسب لطبيعة هذه الدراسة

يتكون من أسلوب مسح المعلومات حتى يناسب مع الاطار العلمي و يستجمع المعلومات صحيحة و دقيقة لتحقيق اهداف الدراسة.

### 2. مجتمع البحث

يعرف مجتمع البحث بأنه هو الذي يستهدف الباحث دراسة عليهم و يعرض نتائج، مجتمع البحث يحدد خاصية طريقة التي يجرى البحث و اختيار أدوات البحث. يحدد الباحث عينات البحث للدراسة، مجتمع البحث في هذه الدراسة

### 3. عينة الدراسة

تعرف عينة الدراسة بأنه جزء من المجتمع الذي يقوم الباحث بالدراسة عليه بطريقة اختيار محدد و بدون وجود تفریق في الاختيار يمكن أن تكون الصورة صحيحة و واضحة للمجتمع بشكل عام .

هذا، وإن الهدف من تمويل المؤسسات الإعلامية تلبية تلك المبالغ المالية الضرورية، قصد استمرارية مشروع (الصحافة)، أو الاستمرارية في بث قناة تلفزيوني أو إذاعي. وهذه يرجع إلى طبيعة المبلغ المالي الذي يستثمر في المصادر المادية المعروفة أو غير المعروفة، بغية استمرارية مشروع العمل الإعلامي في الربح والتفوق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، ذلك أن التمويل هو من أحد الأسس التمهوية للعمل الإعلامي، فضلاً عن توسيعه وتأثيره.

هناك طرق عديدة لتمويل المؤسسات الإعلامية عن طريق فرض الضرائب والرسوم مقابل البث التلفزيوني أو عن طريق نشر الإعلانات أو الدعايات جزاء الاشتراكات الشهرية، كما ويجب أن لا ننسى كلما زاد اعتماد المؤسسات الإعلامية على التمويل الحكومي زاد التدخلات الحكومية على تلك المؤسسات ومحاوله تغطيتها. ومن هنا، إن تلك المؤسسات التي تعتمد على نفسها، وتقف على قدميها، ووقتها إن إخضاعها والسيطرة عليها تكاد تكون معدومة. (كاهه شيخ، أبراهيم، 2007: 91 - 92)

ومن هنا، تحدد فاطمة معادي مفهوم التمويل؛ بل ويعتبرها من أهم التحديات التي تواجه مختلف المؤسسات الاقتصادية خلال مزاولتها لنشاطها، فهو أساس تنفيذ وتوفير مستلزماته الإنتاجية، وكلما كانت المؤسسة تحتوي على مصادر لتمويل وفيرة كلما كان بإمكانها الحصول على مشاريع هامة وتنفيذها، وإمدادها بالأموال اللازمة لإنشائها أو توسيعها، وبصفة عامة يجب أن يتلاءم التمويل مع أهداف المؤسسة الاقتصادية والظروف المحيطة بها، ومهارة العاملين فيها، إذ أن نوع التمويل يختلف من مؤسسة لأخرى حسب نوع الإنتاج وحجم المنشأة. (معاوي، ص 3)

هذا، ومن حيث الإنتاج والاقتصاد في العملية الصحفية، فإن الصحيفة هي منتج خدمة اقتصادية وقانونية وإدارية وفنية؛ إذ تحتوي التحرير والطباعة والإعلان والسكرتارية الفنية و التوزيع، كما وأن الصحافة كمنتج صناعي واسع الانتشار، ويحتاج إلى رؤوس أموال واستثمارات ومواد أولية وساعات عمل ككل المنتجات الأخرى، هذه من ناحية.

ومن ناحية أخرى، فإن الصحافة المكتوبة كمنتج وخدمة -كما يؤكد إبراهيم أحمد في كتابه الموسوم ب(اقتصاديات صناعة الصحافة)- تحمل صفات اقتصادية خاصة به عن منتجات الأخرى. وهو مجال لم يعالج كفايا عن طريق الاقتصاديين. خاصة القابلية للفناء. وعدم التخزين والنفقات الثابتة الهامة والقراءة الجماعية. (أبراهيم، 2009: 5)

### 2. أنواع التمويل (تصنيف التمويل):

يتفرع التمويل إلى أنواع عديدة، ويعتمد هذا التفرع على زوايا متنوعة على النحو الآتي:

أولاً: من زاوية المدة التي تستغرقها:



استرجاع بيانات و المعلومات على افراد الدراسة، بعد تجهيز استمارة الاستبيان سوف يعرض على مجموعة من الخبراء لاستخراج حقائق.

لتحديد عينة البحث يقوم الباحث في هذه الدراسة باستفتاء لعينة محددة من صحفيين كل من ادارة (خبات، كردستان الجديد ....) الي يتكون من (81) صحفيون، و لهذا استخدمنا استهداف العينة بشكل عشوائي.

جدول (1) متغيرات خاص بالعينة

المتغير	نوع المتغير	عدد	نسبة	مجموع	%
الجنس	ذكر	78	96.3	81	100%
	انثي	3	3.7		
العمر	أكثر من عشرين عاماً	20	24.7	81	100
	أكثر من ثلاثين عاماً	32	39.5		
	أكثر من أربعين عاماً	18	22.2		
	أكثر من خمسين عاماً	11	13.6		
التحصيل الدراسي	متوسطة	2	2.5	81	100
	اعدادية	20	24.7		
	معهد	9	11.1		
	بكالوريوس	45	55.6		
	ماجستير	5	6.2		
	دكتورا	-	0		
العنوان الوظيفي	رئيس التحرير	2	2.5	81	100%
	معاون رئيس التحرير	4	4.9		
	مسؤل الصفحة	10	12.3		
	مراسل	43	53.1		
	مصصح	9	11.1		
	مصمم	7	8.6		
	تخضير	6	7.4		
عدد السنوات الخدمي	1 - 3 سنوات	7	8.6	81	100%
	4 - 7 سنوات	11	13.6		
	أكثر من 7 سنوات	63	77.8		

جدول (1) توزيع المشاركين حسب مؤهلاتهم

نسبة الذكور والاناث: حسب توصيف البيانات وكما هو واضح في الجدول (1) فان عدد الذكور من المشاركين هم (78) مشاركا في الاستبيان بنسبة 96.3%، اما عدد الاناث فهو (3) مشاركة بنسبة 3.7%. أن غالبية أفراد عينة البحث يحملون شهادات على البكالوريوس بنسبة (55.6%)، وأن نسبة (24.7%) من أفراد عينة البحث حاصلون على

#### 4. مجالات الدراسة:

ياخذ هذه الدراسة ثلاث مجالات و الذي يعرف:

- المجال مكاني: يعرف بالمكان الدراسة
- المجال الزمني: يقصد به مجال الزمنى لتوزيع استمارة استبيان البحث في تاريخ / 2020 / حتي / 2020 / في هذه الفترة تم توزيع استمارات استبيان و تم جمع المعلومات.

#### 5. أدوات الدراسة

لتحقيق إي دراسة علمية يعتمد الباحث علي عدة أدوات لتجميع معلومات، باحث في هذه الدراسة يعتمد علي عددٍ من الادوات منها: الاستمارة استبيان: اداة للجمع بيانات و المعلومات علي موضوع البحث عن طريقة استبيان من المستجيبين، الاستمارة استبيان هي أداة علمية يمكن أن مستفيدة في جمع المعلومات في الدراسة الميدانية . يتكون استمارة الاستبيان من (16) سؤال بخصوص الدراسة.

#### قياس صلاحية (Validity Measure):

يعد قياس صلاحية من خصائص المهمة لاي بحث علمي، عند كتابة أي بحث العلمي يحسب صحة البحث العلمي على اساس دقة الوسائل المستخدمة في قياس الأمور المطلوبة منها أداة قياس صلاحية، قياس صلاحية يعد من اهم اسباب و يجب يصر عليه الباحث عندما يحدد استمارة الاستبيان.

يحتاج الباحث ان يختار ظاهرة محددة و يقس صلاحية و عندما يتأكد من صلاحية قياسه يستطيع ان يختار أداة الصحيحة.

قياس صلاحية: المعروفة بالتقيم و قياس و يعد من أهم ادوات و يجب أن يستخدمها للوصول الي مقدار صحة استمارة الاستبيان يخذ الباحث برأي مجموعة من الخبراء و يستفيد من رأيهم في تحديد ترتيب أسئلة على أساس اهميتها أو تغير بعض مفاهيم او اعادة صياغة اسئلة حتي يكون سهلة و بسيطة و مفهومة مع موضوع البحث.

اعتمد الباحث على خمسة خبراء الأكاديميين في مجالات إعلامية للحصول على قياس صلاحية، بعد تقيم الخبراء و عمل حسابات للاستمارات الاستبيان ظهرت نسبة مئوية لصحة مظاهر الي هو (89، 637) اخذ صلاحية استمارة الاستبيان نسبة كبيرة، و هذا دليل على صحة طريقة

3	ليس للصحيفة مدير أو محررون بل يديره الهواة والمتطوعون	3	3.7
مجموع		81	100.0

تشير بيانات الجدول (3) إلى إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمعلومات التحرير والهيكل التنظيمي (للصحيفة مدير أو محرر واحد فقط) بلغت (61.7%) وبذلك احتلوا المرتبة الأولى بشكل كبير من مجمل العينة، وبلغت نسبة من (للصحيفة أكثر من مديراً أو محرر) (34.6%) من مجمل العينة، وتأتي (ليس للصحيفة مدير أو محررون بل يديره الهواة والمتطوعون) بنسبة (3.7%).

جدول (4) يوضح تتأثر سياسة مؤسستك التحريرية بالتمويل الخارجي

ت	تتأثر سياسة مؤسستك التحريرية بالتمويل الخارجي	عدد	نسبة
1	أُتفق بشدة	13	16.0
2	أُتفق	4	4.9
3	لا أعرف	20	24.7
4	لا أتفق	22	27.2
5	لا أتفق بشدة	22	27.2
مجموع		81	100.0
وسط الحسابي		3.4444	
الانحراف المعياري		1.36931	

يبين الجدول (4) مراتب تتأثر سياسة مؤسستك التحريرية بالتمويل الخارجي وكما يأتي: المرتبة الأولى (لا أتفق و لا أتفق بشدة) بنسبة (27.2%) وتكرار (22). المرتبة الثانية (أتفق بشدة) بنسبة (16.0%) وتكرار (13). المرتبة الثالثة (لا أعرف) بنسبة (24.7%) وتكرار (20). المرتبة الرابعة (أتفق) بنسبة (4.9%) وتكرار (4). وسط الحسابي بنسبة (3.4444) والانحراف المعياري (1.36931).

جدول (5) يوضح تمارس الجهات الممولة ضغوطاً على مؤسستك الإعلامية (الصحفية) لتسويق رؤاها

ت	تمارس الجهات الممولة ضغوطاً على مؤسستك	عدد	نسبة
1	أُتفق بشدة	11	13.6
2	أُتفق	18	22.2
3	لا أعرف	28	34.6
4	لا أتفق	22	27.2
5	لا أتفق بشدة	2	2.5
مجموع		81	100.0

شهادة الأعدادية، وأن نسبة (11.1%) من أفراد لاجملون على شهادات المعهد، وأن نسبة (6.2%) يحملون شهادة الماجستير، (2.5%) من أفراد لاجملون على شهادات المتوسطة. ويتبين من الجدول بأن أغلبية أفراد العينة مؤهلون بشكل مناسب لفهم الأسئلة الاستبانة والإجابة عليها بشكل مناسب. سنوات الخبرة: نرى بشكل واضح في جدول (1) ان المشاركين في الاستبيان لديهم خبرة ميدانية اعلامية جيدة، فالذين لديهم خبرة أكثر من 30 سنة وصل عددهم (32) مشاركاً بنسبة (9.5.3%)، ويليهم في المرتبة الثانية من لديهم خبرة (20) سنة بنسبة (24.7%) ثم من لديهم خبرة (5-8) سنة (19.5%) اما اقل المشاركين خبرة فنسبتهم تصل الى (18.3%).

أن غالبية أفراد عينة البحث عنوان وظيفتهم الحالية هو مراسل بنسبة (53.1%)، ونسبة (12.3%) عنوان وظيفتهم هو مسؤول الصفحة ونسبة (11.1%) هو مصصح، ونسبة (8.6%) مصمم. ونسبة (7.4%) هو تحضير، ونسبة (4.9%) عنوان وظيفتهم هو معاون رئيس التحرير، ونسبة (2.5%) عنوان رئيس التحرير.

أن أغلب أفراد عينة البحث لديهم سنوات الخدمة من فئة (أكثر من 7) سنوات بنسبة (77.8%)، وبعد هذه الفئة أن نسبة (13.6%) من فئة (4-7) سنوات، ونسبة (8.6%) من فئة (1-3) سنوات.

جدول (2) سياسة الصحيفة تعطي الأفضلية للاخبار الآتية

ت	سياسة الصحيفة	عدد	نسبة
1	المحلية أولاً	58	71.6
2	المحلية والإقليمية	22	27.2
3	الدولية أولاً ثم المحلية والإقليمية	1	1.2
مجموع		81	100.0

المشاركون سياسة الصحيفة تعطي الأفضلية للاخبار: يقدم الجدول (4) توصيفاً سياسة الصحيفة تعطي الأفضلية للاخبار للمشاركين، المحلية أولاً هم (58) مشاركاً بنسبة (71.6%) المحلية والإقليمية هم (22) مشاركاً بنسبة (27.2%)، اما الدولية أولاً ثم المحلية والإقليمية فهو (1) مشاركاً بنسبة (1.2%).

جدول (3) يوضح معلومات التحرير والهيكل التنظيمي؟

ت	معلومات التحرير والهيكل التنظيمي	عدد	نسبة
1	للصحيفة مدير أو محرر واحد فقط	50	61.7
2	للصحيفة أكثر من مديراً أو محرر	28	34.6

100.0	81	مجموع
	2.9383	وسط الحسابي
	1.41727	الانحراف المعياري

يبين الجدول (7) مراتب هناك تحريفات إعلامية وأخبار كاذبة لصالح الجهات الممولة في سياسة التحرير الاخبار الإعلامية في مؤسستك وكما يأتي:

المرتبة الأولى (لا أتفق) بنسبة (39.5%) وتكرار (32). المرتبة الثانية (أتفق بشدة) بنسبة (23.5%) وتكرار (19). المرتبة الثالثة (أتفق) بنسبة (21.0%) وتكرار (17). المرتبة الرابعة (أتفق بشدة) بنسبة (11.1%) وتكرار (9). المرتبة الخامسة (لا أعرف) بنسبة (4.9%) وتكرار (4). وسط الحسابي بنسبة (2.9383) والانحراف المعياري (1.41727).

جدول (8) يوضح تخضع هيئة التحرير في مؤسستك الإعلامية لمتطلبات الجهات الممولة في أخبارها.

ت	تخضع هيئة التحرير في مؤسستك الإعلامية لمتطلبات الجهات الممولة في أخبارها	عدد	نسبة
1	أتفق بشدة	15	18.5
2	أتفق	25	30.9
3	لا أعرف	9	11.1
4	لا أتفق	24	29.6
5	لا أتفق بشدة	8	9.9
	مجموع	81	100.0
	وسط الحسابي		2.8148
	الانحراف المعياري		1.31445

يبين الجدول (8) مراتب تخضع هيئة التحرير في مؤسستك الإعلامية لمتطلبات الجهات الممولة في أخبارها وكما يأتي: المرتبة الأولى (أتفق) بنسبة (30.9%) وتكرار (25). المرتبة الثانية (لا أتفق) بنسبة (29.6%) وتكرار (24). المرتبة الثالثة (أتفق بشدة) بنسبة (18.5%) وتكرار (15). المرتبة الرابعة (لا أعرف) بنسبة (11.1%) وتكرار (9). المرتبة الخامسة (لا أتفق بشدة) بنسبة (9.9%) وتكرار (8). وسط الحسابي بنسبة (2.8148) والانحراف المعياري (1.31445).

جدول (9) يوضح أرى تأثير التمويل على التحرير في مؤسسة الصحفية..

ت	أرى تأثير التمويل على التحرير في مؤسسة الصحفية	عدد	نسبة
1	أتفق بشدة	13	16.0
2	أتفق	28	34.6

2.8272	وسط الحسابي
1.05818	الانحراف المعياري

يبين الجدول (5) مراتب تمارس الجهات الممولة ضغوطا على مؤسستك الإعلامية (الصحفية) لتسويق رؤاها وكما يأتي: المرتبة الأولى (لا أعرف) بنسبة (34.6%) وتكرار (28). المرتبة الثانية (لا أتفق) بنسبة (27.2%) وتكرار (22). المرتبة الثالثة (أتفق) بنسبة (22.2%) وتكرار (18). المرتبة الرابعة (أتفق بشدة) بنسبة (13.6%) وتكرار (11). المرتبة الخامسة (لا أتفق بشدة) بنسبة (2.5%) وتكرار (2). وسط الحسابي بنسبة (2.8272) والانحراف المعياري (1.05818).

جدول (6) يوضح يخضع تحرير الخبر في مؤسستك لضغوط خارجية لإعادة تحريره.

ت	يخضع تحرير الخبر في مؤسستك	عدد	نسبة
1	أتفق بشدة	11	13.6
2	أتفق	23	28.4
3	لا أعرف	4	4.9
4	لا أتفق	31	38.3
5	لا أتفق بشدة	12	14.8
	مجموع	81	100.0
	وسط الحسابي		3.1235
	الانحراف المعياري		1.34520

يبين الجدول (6) مراتب حجم يخضع تحرير الخبر في مؤسستك لضغوط خارجية لإعادة تحريره وكما يأتي: المرتبة الأولى (لا أتفق) بنسبة (38.3%) وتكرار (31). المرتبة الثانية (أتفق) بنسبة (28.4%) وتكرار (23). المرتبة الثالثة (لا أتفق بشدة) بنسبة (14.8%) وتكرار (12). المرتبة الرابعة (أتفق بشدة) بنسبة (13.6%) وتكرار (11). المرتبة الخامسة (لا أعرف) بنسبة (4.9%) وتكرار (4). وسط الحسابي بنسبة (3.1235) والانحراف المعياري (1.34520).

جدول (7) يوضح هناك تحريفات إعلامية وأخبار كاذبة لصالح الجهات الممولة في سياسة التحرير الاخبار الإعلامية في مؤسستك

ت	تحريفات إعلامية وأخبار كاذبة لصالح الجهات الممولة	عدد	نسبة
1	أتفق بشدة	19	23.5
2	أتفق	17	21.0
3	لا أعرف	4	4.9
4	لا أتفق	32	39.5
5	لا أتفق بشدة	9	11.1

3	لا أعرف	9	11.1
4	لا أتفق	18	22.2
5	لا أتفق بشدة	13	16.0
مجموع		81	100.0
وسط الحسابي		2.8765	
الانحراف المعياري		1.36366	

يبين الجدول (9) مراتب أرى تأثير التمويل على التحرير في مؤسسة الصحيفة كما يأتي: المرتبة الأولى (أتفق) بنسبة (34.6%) وتكرر (28). المرتبة الثانية (لا أتفق) بنسبة (22.2%) وتكرر (18). المرتبة الثالثة (أتفق بشدة و لا أتفق بشدة) بنسبة (16.0%) وتكرر (13). المرتبة الرابعة (لا أعرف) بنسبة (11.1%) وتكرر (9). وسط الحسابي بنسبة (2.8765) الانحراف المعياري (1.36366).

#### الإستنتاجات

النتائج التي توصلت إليها البحث وهي:-

- 1- نسبة الذكور والاناث حسب توصيف البيانات فان عدد الذكور من المشاركين هم (78) مشاركا في الاستبيان بنسبة 96.3%، اما عدد الاناث فهو (3) مشاركة بنسبة 3.7%.
- 2- تشير بيانات إلى إجابات فيما يتعلق بمعلومات التحرير والهيكلة التنظيمي (للصحيفة مدير أو محرر واحد فقط) بلغت (61.7%) وبذلك احتلوا المرتبة الأولى بشكل كبير من مجمل العينة، وبلغت نسبة من (للصحيفة أكثر من مديراً أو محرر) (34.6%) من مجمل العينة، وتأتي (ليس للصحيفة مدير أو محررون بل يديره الهواة والمتطوعون) بنسبة (3.7%).
- 3- المشاركون سياسة الصحيفة تعطي الأفضلية للاخبار توصيفا سياسة الصحيفة تعطي الأفضلية للاخبار للمشاركين، المحلية أولا هم (58) مشاركا بنسبة (71.6%) المحلية والإقليمية هم (22) مشاركا بنسبة (27.2%)، اما الدولية أولا ثم المحلية والإقليمية فهو (1) مشاركا بنسبة (1.2%).

قائمة المراجع والمصادر

المراجع باللغة العربية:-

الكتاب:-

- إبراهيم فهد كنجو (1997)، الإدارة المالية، دار المسيرة، عمان،

الاردن.

- ابن المنظور: لسان العرب، دار المعارف، (636/11)

- أحمد عبدالله الصباب و آخرون (2010)، اساسيات الإدارة الحديثة، إصدارات مكينات خوارزم العلمية.
- أمين سعيد عبدالغني (2006)، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، دار أيتراك للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر.
- تسوكاسوفو، ترجمة إيمان أحمد، إدارة الصحيفة، السلسلة المهنية، مدرسة التضامن لتدريب وتأهيل الصحفيين، بغداد، العراق.
- إبراهيم أحمد أبراهيم (2009)، اقتصاديات صناعة الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- إبراهيم عبدالله المسلمي (2010)، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر و التوزيع.
- سمير محمد كبريت (2010)، اللغة العربية و اعداد رجال الاعلام، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.
- سهام الشجيري (2014)، اقتصاديات الإعلام، الناشر دار الكتاب الجامعي، لبنان امارات..
- عبدالله بن محمد الرفاعي (2015)، الأسس العلمية لتنظيم المؤسسات الصحفية و أثرها على الأداء الصحفي، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- عطالله أحمد شاكر، (2011)، إدارة المؤسسات الإعلامية، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع.
- محمود عزت اللحام و آخرون (2018)، إدارة الإعلام واقتصادياته، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- محمود علم الدين، د. أميرة العباسي (2001)، إدارة الصحف و اقتصادياتها، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- هيثم محمد الزغبى (2000)، الإدارة والتحليل المالي، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
- راجح خوني و رفية حساني (2008)، المؤسسات الصغيرة المتوسطة ومشكلات تمويلها، دار ايتراك للنشر و التوزيع، القاهرة - مصر.
- سمير محمد عبدالعزيز (2006)، اقتصاديات: الاستثمار، التمويل، التحليل المالي، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر.
- صالح خليل أبو أصبع (2010)، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، دار المجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- طارق الحاج، مبادئ التمويل، دار الصفاء للنشر، عمان، الاردن، 2002.
- العالم بن محمد الحسيني، أبو الغيض، الملقب بمرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، دار الهداية، (427/30)

- الغيومي: المصباح المنير، العالم العلاقة أحمد بن علي المقرئ الغيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للراضعي، دار الفكر، مطبعة الاميرية، بيروت، لبنان، (586/2)
- الفيروز أبادي، القاموس المييط، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1986، (52/4)
- محمد أبو سمرة (2011) الاتصال الإداري و الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- محمود عساف (1987)، المنهج الاسلامي في إدارة الاعمال، مكتبة عين شمس.
- المجلات:-
- إبراهيم بن علي ملحم، علماء الإدارة وروادها في العالم، مجلة الإدارة، دورية متخصصة تصدر عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد 90 - أكتوبر 2011.
- مواقع الإلكترونية:-
- <http://ahmedkordy.blogspot.com/2011/05/blog-post-8228.html>
- [www.syreng.org/library/tanzeem-idori.ppt](http://www.syreng.org/library/tanzeem-idori.ppt)
- رسائل ماجستير
- فاطمة معاوي، دور قرارات التمويل في تحديد إنتاجية المؤسسة، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الالتسير، إدارة أعمال مالية.
- محمد عبدالحليم عمر، التأجير التمويلي من منظور الاسلامي، للمركز صالح كامل للأقتصاد الاسلامي، جامعة الازهر، 1998 وهي منشورة، [ketabonline.com/ar/books/100110/read?page=1par1=t](http://ketabonline.com/ar/books/100110/read?page=1par1=t)
- ناصر البراق، وظائف الإدارة، الموقع الشخصي <http://www.albarrq.co> تاريخ الزيارة ساعة 8.30 مساءً (2021/3/8)
- د. سلام زامل. الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات الصحفية NOOR PUBLISHING . S. IV،