

إدارة المؤسسات الصحفية - الكورس الثاني

المحاضرة الثانية

التقويم في المؤسسات الصحفية

التقويم: هو قياس مدى اقتراب أو ابتعاد مؤسسة إعلامية ما من قضية معينة بغرض تعديل أو ضبط مسارها الإعلامي، وهذا السلوك الوظيفي يقترب إلى حد كبير من وظيفة البحث العلمي لوسائل الإعلام، فالبحث العلمي يراقب الظواهر الإعلامية ويفسر وجودها ومن ثم يضع لها اقتراحات (ضوابط أو تحكم).

وهذا الإجراء قد بدأ منذ نشوء الصحافة المطبوعة، لكنه تعاظم وتبلور على يد جملة من الباحثين للصحافة الأمريكية وتطور حتى أصبح مقياساً دولياً لقياس وتصنيف مضمون أي وسيلة اتصالية، والتعرف على عناصر التركيز أو الإخفاء فيها ويسمى بـ (تحليل المضمون أو المحتوى (Content Analysis)، وقد بنى لنفسه منهجاً مستقلاً وبضوابط صارمة من شأنها أن ترفع مقدار الثقة والتعويل على نتائج تلك الطريقة، وبالتالي بناء الاقتراحات للتعديل.

وفي الدول المتقدمة تخضع العديد من ظواهرها الثقافية والإعلامية إلى التقويم والمراقبة والبحث، بناءً على حاجتها في إعادة الفهم لما تقوم به، والذي يسمى في أغلب الأحيان تحت عنوان (تقويم الأداء).

والمؤسسات الإعلامية الكبرى لها فرق بحثية تقوم بتقويم ومراقبة أدائها الإداري أو الإعلامي لغرض بناء الجديد والمؤثر لدى الجمهور.

وتأخذ الدراسة أو البحث بهذا النوع طرقاً شتى، منها ما يتعلق بطرق انسياب الرسائل الإعلامية وانعكاسها على الجمهور (بواسطة أداة الاستبيان أو الملاحظة أو المقابلة

العلمية)، أو ما يتعلق بالرسالة (المحتوى الرمزي)، أو ما يتعلق بالتأثير (رجع الصدى)، وهذه كلها طرق للقياس الإعلامي، ولها معطيات في الحكم على الوسيلة الإعلامية واتجاهات مضمونها.

وعلى الرغم من ضعف الوعي بدور أجهزة تقويم الأداء أو المراقبة الإعلامية، إلا أننا نرى من الضروري أن نشيع مثل تلك التقاليد التي هي بالنتيجة في صالح العمل الإعلامي، وعلينا تهيئة المؤسسات والمجتمع لمثل تلك الإجراءات التي تشيع لديهم ثقافة البحث العلمي وضرورات التقويم؛ فالعمل - كل عمل - تشوبه الأخطاء والمزالق والقصور، ووحده أسلوب البحث العلمي وأدواته تستطيع كشف واقتراح البديل الإيجابي لمسيرة المؤسسة.

وتعد الإجراءات التي تعنى بتقويم أو مراقبة الأداء الإعلامي من أعتى وأصعب الإجراءات البحثية؛ وذلك لأن العملية الإعلامية مركبة ومتداخلة مع متغيرات متعددة، فضلاً عن تنوع الأشكال والوسائل، وبالتالي يصعب وضعها مختبرياً وقياس مضمونها إلا وكان الفريق ماهراً ومدرّباً في أساليب الانتقاء والتحليل وآلية المراقبة.

وحقيقة القول إن البحوث التي تجرى على وسائل الإعلام وعناصرها المختلفة ما هي إلا عنصر موضوعي للمراقبة العلمية؛ ذلك أن الباحث يراقب ويتحسس بالظواهر، ومن ثم يقوم بمعالجتها منهجياً.

وفي ذات الوقت تأخذ الرقابة بعداً تقويمياً إيجابياً إذا كانت تنطلق من المقومات الآتية:

- (١) لا تمثل جهة حكومية إلزامية التوصية.
- (٢) هدف الرقابة يأخذ جانباً تقويمياً وليس من باب الانتقاص أو خلط الأوراق.
- (٣) موضوع الرقابة يجب أن يكون ذا أبعاد مهمة وواضحة وقابلة للقياس والتصنيف، وذا أبعاد نفعية للمؤسسة قيد الدراسة، وللدارسين في ذات الميدان.
- (٤) فريق الرقابة يحمل صفة الحيادية والمسؤولية العلمية لا الصفة الجهوية أو التسلطية.

(٥) أن تسير الرقابة بأسلوب المنهج العلمي، وأن تخضع إجراءاتها إلى الصدق والثبات في التحليل والقياس.

(٦) أن يكون موضوع الرقابة يحمل حاجة وطنية أو اجتماعية ومن صلب اهتمامات المجتمع وأولوياته، وأن يجري اختيارها بناءً على دراسة قبلية (قبل دراسة التقييم) على وفق أسلوب المسح الشامل.

(٧) أن يتم اختيار الوسائل الإعلامية بحسب ضوابط معينة (مجتمع البحث وعينته)، ويفضل أن يكون مضمونها متاحاً (للباحثين) حتى يتم إخضاعه للتحليل والدراسة.

(٨) عرض نتائج الدراسة بشفافية عالية وبهدف سامٍ لأجل إفادة أو تعزيز أو لفت النظر عن قضية أو طريقة، ربما تكون الوسيلة الإعلامية غير مدركة لها.

(٩) الاستعانة بخبراء في المجال الإعلامي وطرق البحث العلمي للتأكد من صحة الإجراءات وبالتالي تعميمها.

(١٠) أن لا تؤخذ نتائج الرقابة التقييمية على أنها من باب الانتقاص أو التربص أو الضعف، بل العمل على تشجيع المؤسسات التي تعنى بمثل هذه الدراسات؛ لأن العمل الإعلامي لا يمكن أن يسير بالشكل الصحيح إلا من خلال كشف مناطق الخطأ والصواب.

(١١) إشعار القنوات الإعلامية بدور الأجهزة الرقابية التقييمية وبطرق إجراءاتها وكادرها حتى تساعد من يراقب بالمعلومات أو توفير عينة التحليل أو أية مساعدة أخرى، ما دامت الرقابة إيجابية ومن صالح الوسيلة الإعلامية.