

تطوير معايير للجودة المهنية في الإعلام إطار عمل لوسائل الإعلام الأردنية

د. باسم محمد الطويسي

معهد الإعلام الأردني

b.tweissi@jmi.edu.jo

Fax: 06 5733183

د. نسيم محمد الطويسي

جامعة الحسين بن طلال

Naseem_petra@hotmail.com

ntwaissi@ahu.edu.jo

د. أيمن سند قرالة

جامعة الحسين بن طلال

البريد الإلكتروني

myaiman_2000@yahoo.com

د. رائد جميل سليمان

جامعة الحسين بن طلال

rjyslm@ahu.edu.jo

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى تطوير معايير للجودة المهنية في وسائل الإعلام، يستفاد منها عملياً في اختبار مستويات الجودة في البيئتين الداخلية والخارجية لوسائل الإعلام الأردنية، وأتبعت الدراسة منهجاً متكاملاً جمع بين منهج المسح الوصفي، والمنهج المكتبي الوثائقي، وأدوات المقابلات، والمناقشات المعمّقة، وطريقة دلفي التي تعتمد على تطوير آراء الخبراء. اشتملت الدراسة على تطوير سبع حزم من المعايير في المجالات الآتية: جودة التنظيم والتخطيط المؤسسي، التدريب واكتساب المعرفة، السياسات التحريرية، الاستقلالية، جودة المحتوى والمنتج الإعلامي، المساءلة والمبادئ الأخلاقية، والتطوير والتحسين المستمرين. توصلت الدراسة بعد ثلاث جولات في تتبع آراء الخبراء إلى اقتراح 31 معياراً لقياس الجودة المهنية، تشمل: البيئة الداخلية لمؤسسات الإعلام، والبيئة الخارجية المرتبطة بالنظام الإعلامي، ويتضمن كل معيار مجموعة من المؤشرات التي تقيس المعيار، ولكل مؤشر أدوات للتحقق والقياس.

الكلمات الدالة: إدارة الجودة، معايير الجودة الإعلامية، المهنية الإعلامية، الإعلام الأردني.

Developing Standards for Professional Quality: A Framework for Media Outlets in Jordan

Dr. Basim M. Tweissi (Jordan Media Institute)

Dr. Naseem M. Twaissi (Al-Hussein Bin Talal University)

Dr. Aiman S. Al-Garrallah (Al-Hussein Bin Talal University)

Dr. Raid J. Suleiman (Al-Hussein Bin Talal University)

Abstract : This study aimed at developing standards for professional quality of media outlets, which are in practice crucial to examining levels of the quality of the internal and external landscapes of media outlets in Jordan. This study followed an integrated methodology based on a descriptive survey, a documentary survey, interviews, in-depth discussions, and Delphi method, based on experts' opinions. The study developed seven sets of standards for quality of institutional planning and organization, training and knowledge acquisition, editorial policies, independence, quality of media content and quality, accountability and ethics, and continuous development and improvement. By way of concluding, after three rounds of tracing experts' opinions, this study suggested 31 standards for professional quality measurement, including the internal landscape of media institutions, as well as the external landscape relevant to a media system. Every standard includes a set of indicators that measure that standard; every indicator has tools to measure and investigate.

Keywords: Quality Management, media quality criteria, Media Professionalism, Jordan Media

* تمّ إنجاز هذه الدراسة ضمن مشروع " تطوير معايير الجودة والمهنية في الإعلام الأردني" بدعم من صندوق البحث العلمي الأردني.

مقدمة.

تحتل مسألة تطوير المعايير مكانة مهمة في تطبيق الجودة المهنية ، وتبرز هذه الأهمية في وسائل الإعلام نظراً للصعوبة التي تواجه عمليات تقييم أداء الإعلام بشكل عام، وتحديد ملامح المحتوى والمنتج الإعلامي الجيد بشكل خاص، وتزداد الحاجة إلى تطوير معايير للجودة المهنية لوسائل الإعلام تغطي جوانب البيئة الخارجية؛ أي النظام الإعلامي السائد والبيئة الداخلية للمؤسسات الإعلامية في المجتمعات التي تمرُّ بمرحلة انتقالية نحو الديمقراطية كما هو الحال في الأردن.

لقد شهد الإعلام الأردني تحولات كبيرة خلال العقدين الماضيين في الجوانب التشريعية ومستوى الحريات والتنظيم وصولاً إلى المهنية والجودة، إلا أن مسار الإصلاح الإعلامي ما يزال يعاني الإرباك والتردد نتيجة تأثره المباشر بمسار الإصلاح السياسي، ما يؤكد أهمية نشر ثقافة الجودة الإعلامية في إنضاج مسار المهنية .

تقدم هذه الدراسة محاولة علمية لتطوير معايير للجودة المهنية في وسائل الإعلام الأردنية، حيث تشمل (7) حزم من المعايير المقترحة، وهي: جودة التنظيم والتخطيط المؤسسي، التدريب واكتساب المعرفة، السياسات التحريرية، الاستقلالية، جودة المحتوى والمنتج الإعلامي، المساءلة والمبادئ الأخلاقية، والتطوير والتحسين المستمران، وقد توصلت الدراسة إلى اقتراح (31) معياراً يتم قياسها من خلال (185) مؤشراً.

تم تطوير هذه المعايير وفق منهجية متكاملة مرت بثلاث مراحل: الأولى مراجعة الأدبيات والمسح المكتبي في مفاهيم ومعايير الجودة والمهنية الإعلامية ورصد الممارسات الجيدة، والمرحلة الثانية إجراء سلسلة من حلقات النقاش والاستشارات، وصولاً إلى المرحلة الثالثة التي استخدمت أداة دلفي لتتبع آراء مجموعة من الخبراء.

الدراسات السابقة:

بهدف الوصول إلى تحديد ملامح الفجوة البحثية بين الأدبيات والدراسات السابقة وأهداف هذه الدراسة ومشكلاتها البحثية، فإنه سيتم تناول الدراسات السابقة على ثلاثة محاور أساسية، وهي:

أولاً: دراسات الجودة والمهنية الإعلامية.

تناولت دراسة (Gertler, 2013) [1] ثقافة الجودة في المؤسسات الإعلامية المعاصرة، والمعاني الجديدة التي تحتاج ثقافة الجودة إلى توليدها في ضوء التحولات التي تشهدها صناعة الإعلام تحديداً مجالات الأخلاقيات الصحفية ومجال التدريب وتأهيل الصحفيين، وكشفت الدراسة أن أكبر مشاركة معمقة يمكن إنجازها لصالح ثقافة الجودة الجديدة يمكن نقلها لطلاب الإعلام من خلال فهم خاص لأبعاد الأخلاق والأعراف والقانون وأصول الصحافة المهنية والتكنولوجيا الجديدة.

وفي دراسة (Kalyango. 2012) [2] حاول الباحث تحديد أبعاد الجودة في مصداقية وسائل الإعلام المختلفة في تغطية أخبار النزاعات الدولية بالتطبيق على تغطية الصراع بين إثيوبيا ورواندا، حيث يقدم رؤية جديدة للطريقة التي

ترى فيها الجماهير من خلال مسح أجراه في البلدين، ووصلت الدراسة إلى أن افتقاد أخبار الصراعات للجودة والمصداقية تجعل وسائل الإعلام تقاوم الصراع.

أما دراسة (Phillips, 2012) [3] فقد ركزت على بعد الانتشار والنفوذ، أي الوصول إلى أكبر قاعدة من الجمهور في جودة الأخبار، حيث يؤكد الباحث أن السرعة والقوة لن تصمداً طويلاً كأبعاد أساسية لجودة الأخبار في وجه ما يسميه (فيروس الانتشار)، فالأخبار الجيدة يجب أن تصل إلى أكبر قطاع من الجمهور وهذا دليل جودتها.

وبالوصول إلى دراسة (Shapiro, 2010) [4] والتي هدفت إلى تقييم ممارسات العمل الصحفي، فقد أشارت إلى أنه لم يتم الاعتراف على نطاق واسع حتى الآن في المحاولات العالمية في تصنيف سمات الممارسة الصحفية الجيدة، أي لا توجد قوائم موحدة واضحة حول معايير وقيم الجودة في الممارسات الإعلامية والتي تشمل الصفات المهنية، وقيم التميز للصحفيين، وقواعد الجودة التي تقوم عليها الصحافة.

تنتبع دراسة (Nolan, 2008) [5] الأطر الفلسفية والأيدولوجية لتطور المهنة وكفاءة العمل الصحفي في المجتمعات الغربية بهدف الوصول إلى وصف علمي لظاهرة تراجع مهنة الصحافة خلال السنوات الأخيرة، حيث يذهب إلى أن الوضع المهني للصحافة مشكوك فيه وغير مكتمل؛ لذا يطالب التركيز على الثقافة، ويقصد الطريقة التي يفكر بها الصحفيون ويمارسون عملهم، والتي تشكل مجموعة من الأفكار والقيم والقواعد التي تحدد دورهم في المجتمع وعلاقتهم مع السلطة.

أجريت (Breed, 1955) [6] دراسة حول الضغوط المهنية التي واجهها الصحفيون، ومن خلال مقابلة (120) مندوباً صحفياً في صحف شهدت ضغوطاً مهنية ومحاولات سيطرة، كشفت الدراسة أن أهم أشكال هذه الضغوط استخدام ضغط السلطة الرسمية، وشطب بعض الأجزاء من الموضوعات، أو تهديد الأفراد بفرص الترقى.

ثانياً: تطور دراسات معايير الجودة الإعلامية:

تعد دراسة (Merrill, 1968) [7] من أقدم الدراسات المسحية التي عنيت بترتيب معايير الجودة والمهنية للصحف وجاءت بعنوان: (أعظم الصحف في العالم)، وتوصلت إلى أن معايير الجودة الصحفية مرتبة حسب الأهمية، وهي: الاستقلالية، الاستقرار المالي، النزاهة، قوة الآراء والوظيفة التفسيرية، مهنية وتدريب الفريق الصحفي، قوة التأثير على قادة الرأي، المسؤولية الاجتماعية، الكتابة والتحرير الجيدان، القيام بالوظيفة المعرفية والتثقيف، القيام بخدمة الاقتصاد، الترفيه. (Bogart, 1989) [8] قام بدراسة شاملة حول ما يشكل الجودة التحريرية، وتضمنت الدراسة مسحاً بالبريد شمل (746) محرراً، طُلب منهم ترتيب أهم سبعة معايير للجودة التحريرية فجاءت: (الدقة، الحياد وعدم التحيز في التقارير، المغامرة والاستقصاء، التوازن الإعلاني والتحريري، أنية الأخبار ومتابعة الأحداث، الاهتمام بالمحتوى الإخباري، التفاعل مع الجمهور). بينما (Burgoon, 1982) [9] قام بمسح لاتجاهات المندوبين لأعلى معايير المهنة والجودة في كتابة التقارير، وتوصل إلى أن أهم المعايير هي: (الدقة، العمق، الحياد وعدم التحيز، المغامرة والأسلوب).

ولخص (Gladney, 1990) [10] باستخدام طريقة مختلفة تتضمن (18) معياراً للجودة والتميز في العمل الإعلامي مستفيداً من الدراسات السابقة، وقسمها إلى مجموعتين: الأولى تضم تسعة معايير تهتم بالتنظيم، والثانية تضم تسعة معايير تهتم بالمحتوى، ثم أجرى مسحاً لمحرري الصحف، وطلب منهم أن يرتبوا المعايير كلها، والبالغ عددها (18) معياراً حسب الأهمية، فجاء ترتيب أعلى المعايير المتعلقة بالمحتوى كالاتي: (الدقة، التغطية الإخبارية القوية للشؤون المحلية، الكتابة الجيدة، الجاذبية، قوة وعمق صفحة الرأي، التعليقات، التركيز على المجتمعات المحلية). أما المعايير المتعلقة بالتنظيم فهي: (الأمانة والحياد، الاستقلال التحريري، التحقيقات والاستقصاء، الجرأة التحريرية، قيم القيادة التحريرية، مهنية وتدريب الصحفيين). وفي عام 2007 قام الباحث نفسه مع آخرين بإعادة ترتيب معايير الجودة من وجهة نظر محرري الصحافة الإلكترونية على الإنترنت، حيث توصل إلى أن معايير الصحافة التقليدية تتكرر في صحافة الإنترنت.

وأثبتت دراسات أخرى أنّ وعي الإعلاميين بمعايير الجودة مرتبط بعوامل متعددة (Gladney, 1996) [11] ، أهمها حجم انتشار الوسيلة، ووصولها إلى الجمهور (Lacy, 1991) [12] ، وبالمناقشة وأنماط الملكية لمؤسسات وسائل الإعلام (Lacy, 1990) [13] .

في دراسة أخرى استخدم (Bogart, 2004) [14] ، مؤشرات نوعية للكشف عن العلاقة بين الجودة وحجم التوزيع، وطبقت هذه المؤشرات على صحيفة **Dallas Morning News**، حيث استخدمت بعض مؤشرات وأشارت نتائج الدراسة إلى أن جودة الصحيفة ترتبط إيجاباً بحجم التوزيع.

أما دراسة (Philip Meyer and Koang-Hyub Kim 2003) [15] فقد اعتمدت على (15) مؤشراً للجودة والمهنية الصحفية، من ضمنها عدد من المؤشرات التي احتلت المرتبة الأعلى في دراسة (Bogart, 1989)، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة الجيدة ما تزال تعتمد على مؤشرات الجودة التقليدية، مثل: (الدقة في كتابة التقارير والتحقيقات الاستقصائية، الاختصاص، الخدمة العامة)، إضافة إلى مؤشرات أخرى أكدها عدد من الدراسات السابقة، وهي: (سهولة الاستخدام والوصول إلى المحتوى، المحلية، الجرأة في التحرير). بينما يتناول (John Zaller, 2003) [16] في دراسته معياراً جديداً لجودة الأخبار، والذي يطلق عليه معيار "الأخبار الكاملة" Full News، الفكرة الأساسية في المعيار فعالية المواطن المراقب للأخبار التي تزود الجمهور بالمعلومات الأساسية الضرورية التي تشكل الأفكار والمواقف حول القضايا العامة.

أما دراسة (آل ثاني 2008) [17] فقد حاولت تفحص مدى تطبيق معايير إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة، بالاعتماد على مبادئ التنظيم الإداري والتخطيط الإستراتيجي، وإدارة عمليات الإنتاج الإعلامي، حيث توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين التخطيط الإستراتيجي ومستوى أداء قناة الجزيرة، مقابل وجود علاقة إيجابية بين مستوى الأداء وإدارة الجودة الشاملة، كما كشفت دراسات أخرى من خلال تقييم الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية في الصحف الخاصة عن وجود إيجابيات في أداء هذه الصحف وتغطيتها لموضوعات تتجاهلها الصحف الرسمية والحزبية، حيث أشارت دراسة (يوسف، 2007) [18] إلى دور مواثيق الشرف والأخلاقيات في تطوير الأداء الإعلامي. وفي دراسة (Shapiro, 2010) التي هدفت إلى مراجعة معايير الجودة والتميز في الصحافة، درس الباحث جدوى تيارات العمل التي قامت على اقتراح إطار جديدة لتقييم ممارسات العمل الصحفي والمبنية على دراسة

الخطاب التقليدي، ويعتمد الإطار المقترح على خمس ركائز: (الاكتشاف، الفحص، التفسير، والأسلوب وطريقة العرض). وبناء على ذلك حدد معايير نوعية الصحافة في: (مدى استقلاليتها، دقتها، مدى انفتاحها للتقييم والنقد، والتحرير غير خاضع للرقابة والقيود)، أما معايير التميز فهي: (الطموح، الحماس، المحتوى، الأصالة والعراقة).

ثالثاً: دراسات وإصلاح و تقييم أداء الإعلام الأردني:

في دراسات إصلاح أو تقييم أداء الإعلام الأردني نشر (Hawatmeh, 2010) [19] دراسة حول المسألة في الإعلام الأردني توصلت إلى أن السلطات تستخدم ضعف المهنية والجودة الإعلامية للمزيد من الضغوط على وسائل الإعلام، أما دراسة (العزم وخزنة، 2010: 612) [20] فهدفت إلى الكشف عن الاتجاهات نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية في الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية، توصلت إلى عدم رضا العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية رغم وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء بعض الوسائل في بعض الموضوعات، مع ضعف الدور الرقابي على أعمال الحكومة والبرلمان. فيما ذهبت دراسة (Naomi, 2008) [21] إلى أنه مع ازدياد الحديث عن الإصلاح السياسي يبقى الإصلاح الإعلامي في الأردن يتقدم خطوة إلى الأمام ويتراجع خطوة إلى الخلف.

وعلى الرغم من التحولات الواسعة التي شهدتها الإعلام الأردني منذ منتصف التسعينيات بالاتجاه نحو التعددية والاستقلالية وازدياد التنافس بين الصحف إلا أن الحريات الصحفية بقيت غير مستقرة، وعلى الرغم من أن ظاهرة الصحافة الأسبوعية قد رفعت من مستوى الحرية وكانت أكثر جرأة، إلا أنها كانت على حساب الجودة والمهنية وأجرى (أبو عرجة، 1997) [22] دراسة بعنوان: (المهنية في الصحافة الأردنية) شملت عينة عشوائية من الصحفيين في الصحف اليومية والأسبوعية، وهدفت إلى التعرف للظروف البيئية التي تحيط بعمل الصحفيين وتحديد العوامل المؤثرة في العنصر البشري، وتوصلت الدراسة إلى التأكيد على إدراك الصحفيين لقيمة التدريب الإعلامي ودوره في الارتقاء المهني، وضرورة تحسين الأوضاع المادية للصحفيين، وكشفت أن حرية الوصول إلى المعلومات والعلاقة مع المصادر يعد من أهم تحديات تطوير المهنة الصحفية.

و بداية التحول الديمقراطي أجرى (موسى، 1989) [23] دراسة حول خصائص الصحافة الأردنية اليومية، كشفت الدراسة أنه في الوقت الذي تُؤفر فيه مضامين الصحافة الأردنية بعض التنوع والتعددية في الموضوعات الدولية والسياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية، فإنها تُبدي اهتماماً متواضعاً بقضايا مهمة للمجتمع الأردني، مثل الزراعة، التربية والتعليم والعمال. حيث يتركز جُل اهتمامها في الشؤون المحلية في الموضوعات السياسية.

في الدراسات القديمة نسبياً، في نهاية السبعينيات من القرن الماضي، والتي حاولت تقديم رؤية تصنيفية للصحافة العربية، ضمن أطر النظم الصحفية التي كانت تدور حولها البحوث الإعلامية آنذاك، حيث وضعت الصحافة العربية في إطار الصحافة السلطوية، وقد صنّفت الصحافة الأردنية ضمن صحافة الموالاة؛ أي التي تخضع لتأثير قوي من الحكومة. وحدد خمس خصائص للصحافة الأردنية في نهاية عقد السبعينيات، وهي: أنها (تفتقد التعددية، تركز على الدعاية للنشاطات الحكومية في التغطيات المحلية، تفتقد التغطيات الشاملة والدقيقة، تؤيد الوضع الراهن، تتسم بالبطء في ردّ فعلها على الأحداث) وبعد مرور عقد قام (Badran, 1989) [24] بدراسة خصائص الصحافة الأردنية في نهاية

الثمانينيات، وخلص إلى تأييد الفرضية السابقة حول خاصية صحافة الموالاة مع إجراء تعديلات عليها، أهمها أن الصحيفة اليومية الإنجليزية الوحيدة (Jordan Times) لا تتمثل ذلك النمط من الصحف، بل هي أقرب إلى صحف التعددية، وتميل نحو الليبرالية في اتجاهاتها وطرق معالجتها تحديداً معالجة الشؤون المحلية.

إن خلاصة استعراض وتحليل الدراسات السابقة وفق المحاور الثلاثة تبين ملامح الفجوة البحثية وموقع الدراسة الحالية منها على النحو الآتي:

- 1- تقرّ الدراسات السابقة أنه لا توجد قائمة موحدة لمعايير الجودة في الإعلام (Shapiro,2010) كذلك ما يزال مفهوم المهنيّة الإعلامية غير مستقر، وتختلف النظرة إليه وفقاً للتطور السياسي وباختلاف البيئات الثقافية، ما يعني عملياً الحاجة إلى منظور محلي للمهنية والجودة، يستفيد من التراث الإنساني والعالمي، ويأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات التي يملئها التطور السياسي والثقافي للمجتمع الأردني ومحددات المرحلة الانتقالية.
- 2- يشهد الأردن عملية إصلاح إعلامي طويلة ومتعثرة، توصف بخطوة إلى الأمام وخطوة إلى الخلف، وتقع قضية المهنيّة الإعلامية وجودة المنتج الإعلامي في مركز النقاش حول الإصلاح الإعلامي (Naomi Sakr,2008)، وتتخذ هذه القضية، أحياناً، مبرراً لتعثّر وتباطؤ مسار الإصلاح الإعلامي، ويبدو دور الإعلاميين أساسياً في حسم الإصلاح الإعلامي (Hawatmeh, 2010).
- 3- لا يوجد محاولات علمية لتطوير مقاييس شاملة في مجالات الجودة المهنيّة والأداء الإعلامي على المستوى العربيّ أو على المستوى الأردنيّ، ما يؤكد الأصالّة في هذه الدراسة، التي يمكن أن تؤسس لمقاييس متقدمة في مجالات أخرى مثل الحريات الإعلامية وغيرها.
- 4- على المستوى العالمي يزداد الشعور بالقلق من تراجع الأداء المهنيّ لوسائل الإعلام والحاجة الماسة لمراجعة ما شهده الإعلام من تحولات، خاصة في ضوء ازدياد الاعتماد على التكنولوجيا والإعلام الجديد، والخلط بين صحافة المواطن والصحافة المهنيّة، ما جعل المبادئ الأخلاقية والقواعد المهنيّة تحت حالة ضغط واختبار .

الإطار النظري:

أولاً: المعايير وسيلة لقياس الجودة في وسائل الإعلام.

يشير مفهوم المعيار من وجهة نظر إدارة الجودة إلى الأداة التي تحدّد الجودة المتوقعة للمدخلات والعمليات والمخرجات، ومن خلاله يتمّ التحقق بأن الخدمة أو المنتج المقدم مطابق لاحتياجات وتوقعات العملاء أو الجمهور . ووجود معايير للجودة لدى المنظمة يحدّد (ماذا تعني تلك المنظمة بمفهوم الجودة؟). هناك عددٌ من المعايير، يوصى بها في تقييم المعايير الجيدة للجودة ذاتها (Besterfield, 2003) [25] ، وهي:

- 1- البساطة Simple: المعايير يجب أن تكون سهلة الفهم من قبل الأشخاص الذين سيستخدمونها ويطبّقونها.
- 2- مطوّرة من قبل المستخدمين : Developed by users يجب أن تطوّر المعايير من قبل الخبراء والفئات المستخدمة، وليس من قبل الإدارة العليا في المؤسسة وحدها؛ لضمان قبولها، أيضاً قد تطوّر من قبل العملاء والجمهور .

- 3- ملاءمتها للجمهور وللعملاء Relevance to the audience or customer: المعايير يجب أن تتوافق مع احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي.
- 4- قابلة للتحسين Improvement: يجب أن تمكّن المعايير من التحسين والتطوير؛ لأن المقاييس توضع من أجل الارتقاء بالأداء وليس من أجل تحديد الأداء السيء.
- 5- معلنة ومرئية visible: يجب أن يكون المعيار مرئياً ومعلناً، ويمكن مشاهدته من قبل الجميع ومكتوباً في أماكن عامة في المؤسسة بحيث يمكن الجميع من الاطلاع عليه.
- 6- الانسجام مع أهداف المؤسسة وسياساتها ونشاطاتها aligned: المقاييس الشاملة والمؤشرات المحددة يجب أن تكون منسجمة مع أهداف المنظمة وسياساتها ونشاطاتها.
- 7- النتائج Results: نتائج قياس المعايير يجب أن يوفر دليلاً موضوعياً لجميع المتأثرين بنتائج القياس.

ثانياً: المؤشرات كوسيلة لقياس المعايير.

تعد المؤشرات في إدارة الجودة وسيلة لقياس المعايير، ويعرّف المؤشر بأنه مقياس كمّي أو كيفي يستخدم لتقييم جودة المدخلات والإجراءات، التي تتعلق وتؤثر في مخرجات الخدمة المقدمة للجمهور. وتستخدم المؤشرات في معرفة مدى تطبيق المعايير ودرجة تحقيق الجودة في المخرجات النهائية، وتوفّر مقاييس الجودة وسيلة تحديد المستوى الأدنى والأعلى لقبول الأداء أو النتائج وهو ما يسمّى بالعبءات، والعبءة تشير إلى المستوى الأدنى والأعلى، التي تحدّد قبول الأداء أو النتائج اعتماداً على المعايير المحددة، وتعدّ العبءة بمثابة جرس إنذار للمنظمة أو الوسيلة الإعلامية لتنبية الإدارة للتدخل باتخاذ الإجراءات والقرارات اللازمة، وذلك عندما تتجاوز المؤشرات الحدود.

عند الحديث عن قياس النتائج فليس المقصود قياس مدخلات ومخرجات، وإنما تحديد العوائد من وراء ذلك، هذه العوائد يجب أن توضع على شكل مؤشرات قابلة للقياس، وهذا يساعد الإدارة في تحديد مواطن الخلل في الجوانب التي لم تحقّق الأهداف المخطط لها (Kusek and Rist, 2004) [26].

ويشير (Schiavo-Campo, 1999) [27] إلى معايير الأداء التي يشار إليها بالاختصار "CREAM"، وهي اختصار إلى مجموعة من الخصائص التي لا بد من توافرها عند تصميم مؤشرات جودة الأداء لمشروع محدد، وهذه الخصائص هي:

- 1- الوضوح clear: يجب أن تكون المؤشرات واضحة لا غموض فيها.
- 2- الملاءمة Relevant: أن تكون المؤشرات ملائمة وذات علاقة بالموضوع الذي يتمّ وضع المؤشرات له.
- 3- اقتصاديّة Economic: أن تكون متوفرة وبتكاليف معقولة.
- 4- كافية Adequate: أن تقدم أسساً كافية لتقييم الأداء.

5- قابلة للرصد والرقابة Monitor able: أن تكون المؤشرات قابلة للتحقق من صلاحيتها.

ويشير (Kusek and Rist, 2004) إلى أن غياب أحد هذه المؤشرات يجعلها عديمة الجدوى، ويضيف أن المؤشر يجب أن يكون واضحاً ومباشراً، ويخلو من الغموض، ويمكن أن تكون المؤشرات كمية أو نوعية.

المؤشرات الكمية تُقَرَّر من خلال أرقام ونسب محددة ومتوسطات، ويمكن التعبير عنها بالنسب المئوية بطرق مختلفة، بينما مؤشرات المخرجات عادة يُعبَّر عنها بالأرقام أو النسب، وأي برنامج أو نشاط يراد وضع مؤشرات كمية له يجب أخذ هذين الشكلين. الأرقام والنسب. بالاعتبار (Hatry,1999,63) [28]. أما المؤشرات النوعية فهي تستهدف تطبيق تقييم نوعي يتوافق مع الجودة، فالمؤشر النوعي قد يقيس الاتجاهات ومستوى العمليات المؤسسية والدوافع والاعتقادات والحوافز وسلوك الأفراد، ويمكن للمؤشر النوعي أن يتضمن وصفاً للسلوك مثل مستوى التحكم بالمهارات المكتسبة حديثاً أو تحقق من وجود إجراء أو مرفق ما (U.N, 2000) [29].

ثالثاً: قياس جودة الخدمة من منظور إدارة الجودة.

يرى (Oakland, 1995) [30] أن ما لا يمكن قياسه لا يمكن تطويره، فلا يمكن تحديد مستوى التطور. أو التراجع في مستوى الكفاءة الإنتاجية ومستوى الخدمة المقدمة دون استخدام أداة أو أكثر من أدوات القياس، ووجود نظام للقياس هو الخطوة الأولى للتكامل والإبداع في تطوير جودة الخدمات والمنتجات. ويشير John Pratt إلى أن ما يمكن قياسه يمكن إدارته، وأن عدم قياس النتائج يجعل من الصعب تحديد النجاح من الفشل، وبالتالي لن نستطيع أن نتعلم من الخطأ ونعالجه أو أن نستفيد من النجاح ونكافئه، ومن ثم لا نستطيع أن نكسب تأييد العامة (Obsborne,1992) [31] ، إن السمة المميزة لأي حرفة أو مهنة هي التزامها بالمعايير المقبولة بشكل عام للأداء، واحترام الإنجازات الجديرة بذلك، وإمكانية الحكم على جودة المنتج أو الخدمة من خلال هذه المعايير (Bogart, 2004) [32].

تتعرض عملية قياس جودة الخدمة إلى جدل واسع حيث ترى بعض الاتجاهات أن جودة الخدمة قابلة للقياس رغم غياب البعد المادي (عوض، 1999) [33]. بينما تؤكد اتجاهات أخرى صعوبة قياس الجودة في منظمات الخدمة بسبب النمطية في طبيعتها وتعدد وجهات النظر، وبسبب التفاوت الإدراكي بين متلقي الخدمة والإدارة (علوان، 2003) [34].

وخلص النقاش العلمي إلى أنه لا يمكن وضع معايير ثابتة لقياس جودة الخدمات وتعميمها على جميع المنظمات الخدمية، بل إن هناك حاجة ماسة إلى ضرورة أن يقوم كل قطاع من القطاعات الخدمية بتطوير المقاييس المناسبة للخدمة.

توجد العديد من طرق قياس جودة الخدمة في إدارة الجودة الشاملة، منها (المحياوي، 2006) [35]:

1. مقياس عدد الشكاوى **Complaints**: ويشير إلى عدد الشكاوى التي تقدم بها الجمهور خلال فترة زمنية معينة. ويعدّ مقياساً مهماً نظراً لقدرته على التعبير عن الخدمات التي تقدم دون المستوى المطلوب.
2. مقياس الرضا **Satisfaction Measure**: ويعد من أكثر المقاييس المستخدمة لقياس الاتجاهات نحو جودة الخدمات المقدمة بعد حصولهم على هذه الخدمات.
3. مقياس الفجوة **Servqual Measure**: يعود هذا المقياس إلى [36] (Parasuraman, 1985) والذي يستند إلى التوقعات المسبقة للجمهور لمستوى الخدمة وإدراكاتهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل وبعد ذلك تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والإدراكات وذلك باستخدام الأبعاد الممثلة لمظاهر جودة الخدمة.
4. مقياس الأداء الفعلي: **SERVPERF Measure** وهذا المقياس توصل له كل من (Taylor and Gronin, 1994) [37] ويعد أسلوباً معدلاً لمقياس الفجوة؛ فهو يستبعد فكرة الفجوة بين الأداء والتوقعات ويركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات، ويستند هذا المقياس إلى التقييم المباشر للأساليب والعمليات المصاحبة لأداء الخدمة.
5. مقياس القيمة **Value Measure**: تستند الفكرة الرئيسية لمقياس القيمة على فكرة مفادها أن القيمة التي تقدمها المؤسسات الخدمية تعتمد على المنفعة الخاصة، وبالتالي كلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة زادت القيمة المقدمة (المحايوي 2006)

مقاييس الجودة المهنية : Professional Quality Measures

- يتعلق بمدى صحة أساليب وإجراءات تقديم الخدمة للوفاء باحتياجات الجمهور، إذ لا يكفي أن يكون متلقي الخدمة راضياً أيضاً عن الأسلوب الذي أديت به الخدمة، ويمكن أن نفرق بين ثلاثة أنواع من المقاييس لقياس الجودة المهنية . وفي هذا المفهوم يمكن التمييز بين أنواع المقاييس التالية (محمد، 2005) [38] ، (يوسف، 2002) [39] :
1. قياس الجودة بدلالة المدخلات: ويستند هذا المقياس على إمكانية اعتبار المدخلات جوهر الخدمة وجودتها.
 2. قياس الجودة بدلالة العمليات: تركز على عمليات التصحيح ومنع وقوع الأخطاء خلال المراحل المختلفة لتقديم الخدمة.
 3. قياس الجودة بدلالة المخرجات: يتعلّق باستخدام مقاييس النتائج النهائية.

مشكلة الدراسة.

بقي إصلاح الإعلام في الأردن يناور مكانه دون تحقيق تقدم حقيقي وبالتحديد في السنوات الخمس الأخيرة التي سبقت الربيع العربي؛ فثمة علاقة معقدة ومتداخلة بين إصلاح الإعلام والإصلاح السياسي، وتقدم الحالة الأردنية أدلة

واضحة على التداخل بين الحالتين، الأمر الذي أدى إلى إعاقة إصلاح الإعلام (Sakr, Naomi 2008) لقد استخدمت الحكومات قضية ضعف المهنة والجودة الإعلامية في مرات عديدة لكي تفرض المزيد من القيود على وسائل الإعلام (Hawatmeh,2010) فيما تبرز قضية المهنة والجودة الإعلامية كلما برزت ظاهرة جديدة على المهنة، كما حدث في عقد التسعينيات من القرن الماضي مع صعود الصحافة الأسبوعية كما يحدث هذه الأيام مع صعود الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية المتعددة على شبكة الإنترنت.

ومع استمرار النقاش حول المهنة والجودة في الإعلام الأردني تبقى الأحكام التي تطلق على التطورات التي تشهدها كل من البيئة الداخلية و الخارجية لوسائل الإعلام في بعدها المؤسسي والمهني غامضة ولا تجد الحد الأدنى من التوافق، الأمر الذي يجعل من الصعب أحياناً التعرف إلى مواطن الضعف والقوة، نتيجة عدم وجود مرجعية معيارية.

تتحدد مشكلة الدراسة في تطوير مجموعة من المعايير تغطي موضوعات أساسية في الجودة المهنية بالاستناد إلى الخبرة الأردنية المتمثلة بأراء مجموعة من الخبراء الأردنيين الذين يمثلون الصحفيين والقيادات الإعلامية والأكاديميين في مجالات الإعلام، والعلوم السياسية، وعلم الاجتماع والإدارة.

تدور مشكلة الدراسة حول سبعة أبعاد للجودة المهنية يندرج تحت كل منها مجموعة المعايير والمؤشرات، وهذه الأبعاد التي تحتاج إلى تطوير معايير ملائمة لها هي: جودة التخطيط والتنظيم في المؤسسات الإعلامية، وجودة التأهيل والتدريب الإعلامي، وجودة السياسات الإعلامية، الاستقلالية، جودة المحتوى الإعلامي، نظم المساءلة والمبادئ الأخلاقية، والتطوير والتحسين المستمران.

الأهمية والأهداف.

تأتي أهمية هذه الدراسة في بعدها المجتمعي من سد الحاجة إلى تطوير ثقافة الجودة في المجتمع الإعلامي الأردني، وإيجاد أدوات معيارية مرجعية يمكن الاستناد إليها في إطلاق الأحكام على أحول المهنة والأداء الإعلامي.

إن تطوير أدوات معيارية تتمتع بالشرعية العلمية تشير باستمرار إلى مواطن الخلل والتجاوزات سيشكل نقطة تحول مهمة على طريق إصلاح الإعلام، وتبدو أهمية هذه الأدوات في ظروف المرحلة الانتقالية، التي يشهدها الأردن نحو الإصلاح الديمقراطي، حيث يزداد دور الإعلام ويزداد الاعتماد عليه، ما يتطلب التمييز بين الإعلام الجيد والإعلام الرديء، إلى جانب الأهمية التي تفرضها التكنولوجيا الجديدة وانتشار الصحافة الإلكترونية الشعبية مثل الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن؛ ما يتطلب التمييز بين الإعلام المهني وإعلام الهواة.

أما الأهمية العلمية للدراسة فتأتي من أصالة موضوعها وندرته في المكتبة الإعلامية العربية، إلى جانب كونه يسد فجوة في بحوث الإعلام الأردني.

توجد ثلاثة أهداف رئيسة للدراسة هي:

1. تطوير معايير للجودة والمهنية للإعلام الأردني في سبعة أبعاد أساسية تشكل أولويات إصلاح الإعلام الأردني في مرحلة التحول الديمقراطي.
 2. تطوير مؤشرات لقياس معايير الجودة المهنية في الأبعاد المستهدفة.
 3. وضع أدوات للتحقق والقياس لكل مؤشر من مؤشرات الجودة المهنية في الأبعاد المستهدفة.
- أسئلة الدراسة.

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة البحثية التالية:

1. ما هي معايير الجودة المهنية المقترحة في بُعد التخطيط والتنظيم في المؤسسات الإعلامية؟ وكيف تقاس؟
2. ما هي معايير الجودة المهنية المقترحة في بُعد جودة التأهيل والتدريب الإعلامي؟ وكيف تقاس؟
3. ما هي معايير الجودة المهنية المقترحة في بُعد جودة السياسات الإعلامية في المؤسسات الإعلامية؟ وكيف تقاس؟
4. ما هي معايير الجودة المهنية المقترحة في بُعد الاستقلالية؟ وكيف تقاس؟
5. ما هي معايير الجودة المهنية المقترحة في بُعد جودة المحتوى الإعلامي؟ وكيف تقاس؟
6. ما هي معايير الجودة المهنية المقترحة في بُعد نظم المساءلة والمبادئ الأخلاقية؟ وكيف تقاس؟
7. ما هي معايير الجودة المهنية المقترحة في بُعد التطوير والتحسين المستمر في المؤسسات الإعلامية؟ وكيف تقاس؟

الإستراتيجية المنهجية.

تقوم الإستراتيجية المنهجية في هذا البحث على مدخلين بحثيين، لكلٍ منهما أدواته من أجل الوصول إلى نتائج علمية تخدم فكرة إيجاد معايير لتطوير جودة المهنية الإعلامية، وهما المنهج الوصفي المكتبي، الذي يقوم على المسح المكتبي والوثائقي للظاهرة المبحوثة، والمنهج المسحي التطبيقي، الذي يسعى إلى تقديم معرفة جديدة:

المنهج الوصفي المكتبي: تمّ تتبع الدراسات والتقارير والوثائق للوصول إلى المفاهيم والقضايا التي وُظفت في تطوير معايير الجودة المهنية، واشتمل ذلك على البحث المكتبي في القواعد المهنية والمبادئ الأخلاقية والممارسات الفضلى في الموضوعات المستهدفة في مجال تطوير المعايير.

المنهج التطبيقي: طريقة دلفي، تسمى طريقة "دلفي" Delphi method أو تقنية Delphi Technique ويرجع استخدام هذه الأداة المنهجية في البداية إلى الدراسات المستقبلية في الخمسينيات من القرن الماضي، حيث قامت

شركة براند الأمريكية باستخدامها، لكن جذور هذه المنهجية تعود إلى الحضارة الإغريقية، فقد كان الإغريق يذهبون لمعيد يدعى "دلفاي" من أجل سماع رأي الآلهة من أجل أن تخبرهم بتوقعاتها المستقبلية (Wormell and Parke, 1956) [40].

عرّف كلٌّ من Dalkey و Helmer (1963) [41] منهجية "دلفي" في العلوم الاجتماعية بأنها الوصول إلى التوافق في آراء الخبراء بعد طرح مجموعة من الأسئلة في جولات مختلفة، و من ثم كتابة تقرير بتلك النتائج، ووفقاً لدراسات "دلفي" هي استبانات المجموعات التي تهدف إلى معرفة آراء الخبراء بقضايا معينة.

طريقة "دلفي" في جوهرها مجموعة من الإجراءات للحصول على آراء عدد من الخبراء وتحليلها (Dalkey, 1969) [42] ، وتسعى إلى التوصل إلى إجماع في الرأي حول القضية أو الموضوع مدار البحث، اعتماداً على حدس الخبرة لدى المختصين، إنَّ الحكم الجماعي للخبراء في قضية ما يتشكل من تصوّر ونظرة ذاتية، إلا أنه يعتد به أكثر من تلك التي تُقرَّرُ بشكل منفرد، وبالتالي تكون نتائجها أكثر موضوعية، وهذا ما ذهب إليه (Turoff, 1970) [43] مؤكداً أن طريقة "دلفي" طريقة ذات فاعلية عالية في جعل مجموعة من الأفراد يتعاملون مع مشكلة معقدة من خلال تهيئة اتصال جماعي؛ ما يجعل هذه الطريقة من أفضل الطرق المنهجية في تطوير المعايير.

ويتمُّ ذلك من التوصل إلى توافق معين في آراء مجموعة من الخبراء في الموضوع محلّ الدراسة. يُطلب من الخبراء الإجابة عن أسئلة معينة في الجولة الأولى، وبعد تحليل الإجابات تبويبها واختصارها؛ أي تحديدها. تُعرض عليهم في الجولة الثانية لإبداء مزيد من الآراء، وتستمر العملية على هذا المنوال حتى يتحقّق التوافق في آرائهم.

أما الخبراء الذين تتّمحور حولهم هذه المنهجية فيمكن تعريفهم بأنهم الأشخاص الذين يمتلكون معرفة متقدمة بموضوع معين، ويستطيعون الوصول إلى المعلومات المتعلقة بذلك الموضوع، وتقديم إضافة جديدة فيه. فقد برّر (Dalkey, 1969, 5) ذلك بقدرة عقليين على التفكير أفضل من عقل واحد. أما فيما يتعلق بعدد الجولات، فقد أكد (Turoff, 1970) بأنّ ثلاث جولات هو العدد المناسب؛ لأن معدلات الإجابات تبدأ بالانحدار من الجولة الثانية فصاعداً.

تتسم هذه المنهجية بميزات تجعلها من أكثر المنهجيات رواجاً في مختلف حقول المعرفة، تحديداً مجالات تطوير المعايير، وضح كلٌّ من (Pawlowski and Okoli, 2004) [44] أن تطبيق هذه المنهجية يحول دون تلاقي الخبراء وجهاً لوجه، وهذا يعزّز الاستقلالية و أصالة الإجابات. أمّا (Landeta, 2006) [45] فقد لخص إيجابيات هذه المنهجية بالترتيب، حيث يُسأل الخبراء مرتين على الأقل عن مفردات الدراسة عينها، ثم السريّة تحفظ الإجابات بسريّة – أي دون الكشف عن هوية الخبراء المشاركين، والتغذية الراجعة المقننة: يقوم عنصر خارجي بضبط التواصل بين الخبراء المشاركين.

ونظراً لأهمية هذه الأداة المنهجية و مقدرتها على التوصل إلى نتائج يمكن الاعتماد والبناء عليها في تطوير المعايير، فقد ارتأى الباحثون ضرورة تطبيقها في دراستهم كون موضع تطوير معايير الجودة المهنية في الإعلام قضية تتطلب نقاشات وآراءً متعددة، وتحتاج توافقاً في الآراء وفي نفس الوقت الاستقلالية.

الإجراءات المنهجية.

اعتماداً على الرؤية المنهجية السابقة فقد مرّ تصميم الدراسة منهجياً بثلاث مراحل إجرائية على النحو الآتي:

المرحلة الأولى: تطوير قوائم بمفاهيم ومعايير الجودة المهنية والممارسات الجيدة من الدراسات السابقة، ومن القواعد المهنية التي تتبعها عدد من المؤسسات الإعلامية العالمية العريقة، ومن المواثيق الأخلاقية. ومحلياً تمّ الحصول على ثلاث استشارات علمية من داخل المؤسسات الإعلامية الأردنية (التلفزيون الأردني، صحيفة الغد اليومية، إذاعة صوت الجنوب) وذلك لاستجابة هذه المؤسسات لتقديم الاستشارة العلمية.

المرحلة الثانية: خضعت مفاهيم ونماذج الممارسات الجيدة والاستشارات والمعايير السابقة إلى ثلاث جلسات نقاشية معمّقة بين الفريق البحثي، وتمّ خلالها تصنيف هذه الخبرات إلى سبع حزم تشمل 63 معياراً مقترحاً ونحو 297 مؤشراً.

المرحلة الثالثة: تطبيق طريقة "دلفي" على المعايير المقترحة، ومرت بالإجراءات الآتية:

1- تحديد عينة الخبراء: شملت الفئات التالية: الصحفيين الممارسين، الذين لديهم خبرات أكثر من عشر سنوات 50%، رؤساء التحرير ومديري المؤسسات الإعلامية الحاليين والسابقين 15%، الأكاديميين في حقل الإعلام 15%، الأكاديميين في حقل علم الاجتماع 10%، والأكاديميين في حقل العلوم السياسية 10%.

2- شملت العينة في الجولة الأولى 86 خبيراً، وصل عدد المستجيبين في نهاية الجولة الثالثة إلى 54 خبيراً.

3- تمّت عملية تتبع آراء الخبراء ضمن ثلاث جولات، في الأولى قُدّمت المعايير والمؤشرات المقترحة كاملة، وفي الجولة الثانية تمّ حذف المعايير والمؤشرات، التي لم تحصل على توافق، وفي الجولة الثالثة حذفت مجموعة أخرى، وصولاً إلى توافق في الإجابات، حيث تمّ من خلاله التوافق على أفضل 50% من المعايير، والتوافق على أفضل 60% من المؤشرات، ثم تمّ ترتيبها حسب الرتب كما هي في النتائج.

نتائج الدراسة: معايير الجودة المهنية في الإعلام.

إطار عمل لوسائل الإعلام الأردنية:

أولاً: جودة التخطيط والتنظيم المؤسسي.

يقصد بجودة التخطيط والتنظيم مدى تطبيق وسائل الإعلام لمعايير الجودة والقواعد والأصول المهنية في التخطيط والهياكل التنظيمية والاتصال الداخلي في البيئة الداخلية للمؤسسة الإعلامية.

إن حزمة المعايير الفرعية في جودة التخطيط والتنظيم تعد أساس النموذج الاقتصادي الناجح لوسائل الإعلام من خلال تحسين موارد المؤسسة الإعلامية، وعلى رأسها قدرة المؤسسة الإعلامية على الانتشار، استقطاب الإعلانات التي تعدّ مورداً أساسياً لوسائل الإعلام (Prasad, Muraili, Alan, 1998) [46]، ويشتمل ذلك على وجود رؤية وسياسات إدارية وتحريية، وتحديد واضح للاختصاصات والصلاحيات، وانتظام سير العمل، وتوفير بيئة عمل مناسبة، وحدّ من التنظيم الذاتي (Prescott Thomas, 2009) [47].

ولأن المنتج أو الخدمة التي تقدمها وسائل الإعلام في الأغلب خدمة غير ملموسة، فإن وجود خطط تفصيلية وأنماط من التخطيط والتنظيم الجيدين بات اليوم . بفعل الاندماج الذي تشهده وسائل الإعلام . جسراً أساسياً للوصول إلى جودة الخدمة، ومنها جودة المعلومات والمحتوى الإعلامي (Soberman,2005)[48] .

ترتبط مفاهيم التخطيط والتنظيم والسياسة الإعلامية معاً في حزمة واحدة باعتبارها من الوظائف العليا التي تطلع بها القيادات الإعلامية في المؤسسة، ولارتباطها بأهداف المؤسسة الإعلامية.

وترتبط هذه الأبعاد بمجموعة من المقومات التي على أساسها يمكن التأسيس لمعايير الجودة في هذا المجال، أهمها وجود أهداف ورؤية واقعية وواضحة للمؤسسة الإعلامية، ووجود وحدة من التناسق والانسجام في الأطر التنظيمية والتشريعية توفر نظاماً اتصالياً أفقياً، ووجود خط واضح في الإجراءات التنفيذية والقدرة على متابعة الأداء وقياسه (الدليمي،2011)[49] .

تم تقسيم هذا البعد إلى (6) معايير رئيسة تغطي مجالات التخطيط وأنماط التنظيم في المؤسسات الإعلامية، تم اقتراح (52) مؤشراً، وبعد ثلاث جولات مع الخبراء تم التوصل إلى (28) مؤشراً، وكل منها له أدلة وشواهد وأدوات لضبط القياس.

1. جودة التخطيط في المؤسسة الإعلامية:

جدول رقم (1) جودة التخطيط في المؤسسة الإعلامية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	وجود خطة استراتيجية شاملة طويلة المدى	وثيقة الخطة
2.	وجود رؤية ورسالة واضحتين للمؤسسة	وثيقة الخطة
3.	وجود أهداف واضحة وواقعية للمؤسسة	وثيقة الخطة
4.	وجود خطة فرعية للجودة في المؤسسة	وثيقة الخطة
5.	وجود خطة فرعية لتسويق المؤسسة	وثيقة الخطة
6.	تقر الخطط من قبل المجالس المختصة	مراجعة آلية وضع الخطة
7.	توجد أطر للمشاركة من قبل الإعلاميين والإداريين في وضع الخطط	مراجعة آلية وضع الخطة

2. جودة الهيكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية:

جدول رقم (2) جودة الهيكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	يوجد هيكل تنظيمي للمؤسسة	وثيقة الهيكل التنظيمي
2.	يضمن الهيكل التنظيمي الفصل بين الإدارة والتحرير	هرم اتخاذ القرار التحريري
3.	يضمن الهيكل التنظيمي الفصل بين التحرير والإعلانات	أقسام التحرير مفصولة عن الإعلانات لا يوجد جمع بين الوظائف التحريرية والإعلانية
4.	يضمن الهيكل التنظيمي اتصالاً افقياً مفتوحاً بين الأقسام	وثيقة الهيكل التنظيمي

3. جودة الأطر التنظيمية للمؤسسة الإعلامية:

جدول رقم (3) جودة الأطر التنظيمية للمؤسسة الإعلامية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	وجود نظام لوصف الوظائف للاعلاميين والإداريين	نظام او تعليمات الوصف والمهام الوظيفية
2.	وجود موازنة سنوية للمؤسسة	وثيقة الموازنة
3.	وجود قسم للرقابة الداخلية	الهيكل التنظيمي
4.	وجود قسم لضبط الجودة	الهيكل التنظيمي
5.	وجود مركز للمعلومات	الهيكل التنظيمي
6.	تدقق الموازنة من قبل مؤسسة خارجية معتمدة	تقرير السنة الأخيرة

4. جودة سياسات التعيين والترقية للإعلاميين:

جدول رقم (4) جودة سياسات التعيين والترقية للإعلاميين

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	يخضع تعيين الإعلاميين لمعايير المنافسه المفتوحة	وجود إعلانات للتعيين
2.	يخضع تعيين الإعلاميين للاختبارات والمقابلات	نماذج من الاختبارات
3.	يوجد برنامج تأهيلي للإعلاميين الجدد	خطة البرنامج
4.	يوجد نظام أو تعليمات موثقة لترقيات الإعلاميين	وثيقة النظام أو التعليمات

5. جودة سياسات التقييم لأداء الإعلاميين:

جدول رقم (5) جودة سياسات التقييم لأداء الإعلاميين

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	يوجد نظام لتقييم أداء الإعلاميين في المؤسسة	الوثيقة
2.	يتمّ تقييم أداء الإعلاميين بشكل دوري كل عام	نماذج التقرير السنوي
3.	يتمّ تقييم أداء الإعلاميين حسب المهمة	نماذج
4.	يتمّ تقييم الأداء لكل إعلامي على حده	نماذج

6. جودة سياسات الأجور والرواتب:

جدول رقم (6) جودة سياسات الأجور والرواتب

م	مؤشرات	أدلة وشواهد وأدوات
1.	يوجد نظام للرواتب في المؤسسة	وثيقة نظام الرواتب المعتمدة
2.	متوسط حجم الرواتب للإعلاميين ضعف الحد الأدنى للأجور المعتمد رسمياً	وثيقة نظام الرواتب والأجور
3.	أكثر من نصف الإعلاميين يتلقون أكثر من متوسط حجم الرواتب في المؤسسة	كشوف الرواتب المعتمدة

ثانياً: معايير جودة التأهيل والتدريب.

يكمّن تطوير الأداء المهنيّ للإعلاميين بثلاث حلقات أساسية هي: التأهيل والتدريب، و التنظيم الذاتيّ وتطوير منظومات السلوك المهنيّ والمبادئ الأخلاقية، وأخيراً التنظيم المهنيّ النقابيّ (Solan and Parcel.2002) [50].

ويقصد بالتأهيل التحصيل العلميّ والمهنيّ للإعلاميين، بينما ينطوي تدريب الإعلاميين على سلسلة واسعة من الأنشطة والفعاليات والنماذج التدريبية من الدروس المنتظمة وبرامج الكفاءة، وبرامج التدريب المكثفة، والزمالات والتعلّم عن بعد.

تغطي عمليات التدريب أصول المهنة الصحفية والإنتاج الإعلاميّ في الصحافة المطبوعة والإذاعية والتلفزيونية والإدارة والقانون والأخلاق والسياسات الإعلامية وإدارة الأعمال الإعلامية وتكنولوجيا الاتصال والإعلام إلى جانب قضايا أخرى واسعة. (IPDC, 2008) [51].

لا توجد قائمة موحدة تحدّد معايير جودة التدريب والتأهيل الإعلاميّ، فيما تمّ الاستفاضة في وضع قائمة المعايير المقترحة من ثلاث مرجعيات أساسية، قدمت إضافات نوعية في مجالات التعليم والتأهيل والتدريب الإعلاميّ، وهي:

1- معايير هيئة اعتماد كليات الصحافة والاتصال الأمريكية، والتي طوّرت سلسلة من المعايير الخاصة بتحسين أداء ومخرجات نظام التعليم الإعلاميّ، وشملت تلك المعايير الرؤية، القيادة، الحوكمة، المناهج، أساليب التعليم، التنوع، والشمولية، والمنح الدراسية، والخدمات الطلابية، والموارد، والتسهيلات، والخدمات العامة، والمهنية، وتقييم نتائج التعليم (ACEJMC, 2012) [52].

2- مؤشرات تنمية وسائل الإعلام الصادرة عن: (البرنامج الدوليّ لتنمية الاتصال) IPDC الذي ترعاه اليونسكو، حيث عالجت هذه الوثيقة بناء القدرات المهنية ودعم المؤسسات التي تعزز حرية التعبير والتعددية والتنوع،

رُكزت مؤشرات اليونسكو في هذه الوثيقة على نفاذ الإعلاميين للتدريب، ومضمون مناهج التدريب، وموضوعات التدريب الإعلامي، وكيف يساعد التدريب الإعلاميين المحترفين على فهم الديمقراطية والتنمية.

3- دراسة "معايير ومؤشرات تطوير جودة وتميز مؤسسات التدريب الصحفي في أفريقيا"، والتي توصلت إلى معايير تمّ تطويرها من قبل خبراء اليونسكو، وتركز على توفير مدخلات التدريب من مدربين خبراء، ووجود مناهج ومواد تدريبية وتوفير معدات التدريب الملائمة، وفرص التدريب العادلة وتقييم التدريب. (Berger and Matars, 2007) [53].

لقد ازدادت أهمية تطوير معايير الجودة في مجالات التأهيل والتدريب الإعلامي مع ازدياد الاندماج في تطبيقات الإعلام الجديد وظهور تحديات فرضتها الصحافة الشعبية، الأمر الذي يحتاج إلى مواكبة من خلال التدريب الجيد. (Aldridge and Evetts, 2003) [54]. إلى جانب أن أهمية التدريب الإعلامي الجيد تتضاعف في مرحلة التحول السياسي نحو الديمقراطية، حيث يتعاطم دور الإعلام.

تمّ تقسيم قائمة المعايير في بُعد التأهيل والتدريب إلى (5) معايير رئيسية، كل معيار يشتمل على عدة مؤشرات، ووصل عددها إلى (30) مؤشراً، ولكلّ مؤشر دليل وشاهد.

1. معيار التأهيل الأكاديمي للإعلاميين

جدول رقم (7) معيار التأهيل الأكاديمي للإعلاميين

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	الإعلاميون الحاصلون على درجات علمية في الدراسات العليا	لا يقل عن 15%
2.	الإعلاميون الحاصلون على الدرجة الجامعية الأولى	في حدود 70%
3.	الإعلاميون الحاصلون على دبلوم متوسط أو الثانوية العامة	لا يزيد عن 15%
4.	أقل من الثانوية العامة	لا أحد
5.	مؤهلات الوظائف القيادية	لا تقل عن الدرجة الجامعية الأولى

2. معيار الأطر التنظيمية للتدريب داخل المؤسسة الإعلامية

جدول رقم (8) معيار الأطر التنظيمية للتدريب داخل المؤسسة الإعلامية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	توجد خطة للتدريب	وثيقة الخطة التدريبية
2.	توجد ميزانية للتدريب	وثيقة الموازنة
3.	يوجد قسم للتدريب	الهيكل التنظيمي
4.	يوجد سجل خاص بالتدريب لكل إعلامي	الوثيقة
5.	توجد حوافز للصحفيين الذين تلقوا تدريباً	السجلات المعتمدة
6.	توجد علاقات بين بين المؤسسة الإعلامية وكليات وأقسام الإعلام في الجامعات	وجود اتفاقية تعاون واحدة على الأقل
7.	توجد لجنة أو مجلس للتدريب في المؤسسة	الوثيقة محاضر اجتماعات

3. معيار النفاذ إلى التدريب.

جدول رقم (9) معيار النفاذ إلى التدريب

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	توفر المؤسسة التدريب لكافة الإعلاميين بشكل عادل	سجلات التدريب
2.	يتوفر للإعلاميين في المؤسسة تدريب خارجي	سجلات التدريب
3.	يتوفر التدريب للصحفيين في المحافظات والأقاليم	سجل صحفي المحافظات
4.	يتوفر برامج للزمالات في مؤسسات أخرى	سجلات التدريب
5.	توفير فرص تدريب للصحفيين	قوائم المتدربين
6.	يتوفر تدريب باللغة العربية	مناهج التدريب
7.	يوجد تقييم للتدريب	سجلات التدريب

4. معيار جودة المحتوى التدريبي في مجالات الصحافة والإعلام.

جدول رقم (10) معيار جودة المحتوى التدريبي في مجالات الصحافة والإعلام

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	تحقق الأهداف العامة للتدريب	1. وجود أهداف عامة للبرنامج 2. وجود أهداف خاصة تستجيب للموضوعات المتخصصة 3. وجود قياس بعدي لتحقيق الاهداف
2.	كفاءة التوزيع الزمني لموضوعات التدريب	وجود جدول زمني ملائم لتوزيع الموضوعات
3.	الوضوح والتحديد وعدم التداخل	المحتوى التدريبي
4.	ملائمة لتوزيع النظري والتطبيقي	الخطة التدريبية
5.	خطة شاملة للتدريب	وجود خطة موثقة تطابق أهداف البرنامج مع الموضوعات التي تعرضها الخطة
6.	اكتمال الدعم النظري للموضوع	وجود مادة نظرية متوفرة بين أيدي المتدربين
7.	شمولية وتنوع الموارد	وجود قائمة بالموارد والمراجع المكتبية والإلكترونية
8.	وفرة وكفاءة الأنشطة التدريبية	وجود قائمة بالانشطة التدريبية
9.	ملاءمة الأمثلة والاستشهادات والتطبيقات وحداتها	المحتوى التدريبي
10.	توفر دليل فرعي لإرشادات المدرب	دليل المدرب
11.	سلامة اللغة ووضوحها	لغة المحتوى التدريبي
12.	التدريب المتخصص في الموضوعات المهنية وإكساب المهارات: (60-70%) مهارات تطبيقية (30-40%) المعرفة النظرية	المحتوى التدريبي
13.	التدريب الإعلامي القائم على التنقيف (60 إلى 70 %) الجانب النظري والمعرفي و(30 إلى 40 %) الجانب التطبيقي	المحتوى التدريبي

5. معيار جودة البيئة التدريبية في مجالات الإعلام.

جدول رقم (11) معيار جودة البيئة التدريبية في مجالات الإعلام

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1.	إجراءات تنظيمية واضحة ومعلنة	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مخاطبة المتدربين المستهدفين بشكل مفتوح ▪ شروط معلنة للالتحاق بالتدريب ▪ تحديد الفئات المستهدفة ▪ تحديد مكان التدريب والمتدربين
2.	مكان ملائم	<ul style="list-style-type: none"> ▪ إعلان مكان التدريب ▪ ضمان سهولة الوصول اليه
3.	تسهيلات معممة ومعلنة	<ul style="list-style-type: none"> ▪ إعلان ظروف وشروط الطعام والإقامة ▪ التسهيلات والشروط الخاصة بالانتقال
4.	توفير وسائل الإيضاح التدريبية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ الأجهزة والمعدات الملائمة للمحتوى التدريبي
5.	توفير لوازم ومرافق التدريب في أصول الصحافة والتأهيل في المعارف النظرية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ قاعة تدريبية 80م2 الحد الأدنى ▪ مختبر محوسب للتحليل والإنتاج الصحفي ▪ نظام مقاعد متحركة ▪ لوح كتابة ▪ وسائل عرض ▪ شاشات عرض تعليمية
6.	توفر مرافق ولوازم التدريب لبرامج الإذاعة	توفر ستوديو الإذاعة الصوتية (وحدة صوتية رقمية للتسجيل، سيرفر، برامج حاسوبية لإدارة البث، أجهزة حاسوبية مزودة ببرمجيات الإنتاج الإذاعي، أجهزة تسجيل محمولة
7.	توفر مرافق ولوازم التدريب لبرامج التلفزيون	أستوديو تلفزيوني ووحدة إنتاج فيديو (وحدة إنتاج تقليدية) سيرفر صوت، كاميرات أستوديو، كاميرات محمولة
8.	توفر مرافق ولوازم تدريب الصحافة الإلكترونية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مختبر حاسوب ▪ أدوات عرض ▪ برامج حاسوبية تشمل أدوات التطبيقات الصحفية <p>Online Journalism Training</p>

ثالثاً: معايير جودة السياسات التحريرية.

تعد السياسة التحريرية في المؤسسات الإعلامية إحدى الأدوات الأساسية لضبط المهنة والجودة ، ويقصد بالسياسة التحريرية الخطوط العريضة من المبادئ والقواعد التي تحدّد الأسلوب، أو الطريقة التي تتخذ من خلالها القرارات التحريرية، ويقدم من خلالها المضمون الإعلامي (غالي، 2003)[55] .

وتوصف السياسات التحريرية بقدر من المرونة يختلف من وسيلة إعلامية إلى أخرى، وتشمل السياسة التحريرية تحديد ماذا نقول الوسيلة الإعلامية؟ وكيف نقول؟ ومن أي زاوية تعالج القضايا والشؤون العامة المحلية والدولية؟ ونمط اللغة المستخدم تحريراً في الوسيلة. وترتبط جودة السياسات التحريرية بمجموعة من العوامل التي تتأثر فيها أهمها: نمط ملكية الوسيلة الإعلامية، ومدى استقلالية الوسيلة، ثم محددات النظام الإعلامي السائد؛ أي عوامل البيئة الخارجية للوسيلة والمرتبطة بالتشريعات الإعلامية ومستوى حرية التعبير والضغط السياسية وغيرها، ويعدّ جمهور الوسيلة الإعلامية عاملاً أساسياً في تحديد السياسة التحريرية، كذلك إمكانيات الوسيلة الإعلامية ومواردها وما تملكه من تكنولوجيا وأدوات تساعد في درجة نجاحها التحريري.

أما الأبعاد الأساسية التي تحدّد جودة السياسات التحريرية فتلخص بالملاح الآتية:

1. التوثيق والعلانية: أن تكون السياسات التحريرية مكتوبة ومعلنة للجمهور الداخلي؛ أي للعاملين في المؤسسة الإعلامية، ولجمهور الوسيلة العام حسب طبيعة السياسة المطروحة.
2. الخدمة العامة: أن تستجيب السياسة التحريرية لمبادئ الخدمة العامة تحديداً تغطيات الوسيلة الإعلامية ومعالجتها الإعلامية على المستوى الوطني .
3. المشاركة: يضع السياسة التحريرية مجموعة من الخبراء والصحفيين المتمرسين والأكاديميين في مجال الإعلام والسياسيين والمعلنين وجمهور الوسيلة.

تمّ تقسيم معايير السياسات التحريرية التي اقترحها الخبراء إلى مجموعتين تضم (12) مؤشراً، وكل مؤشر له دليل أو شاهد أو أداة للتحقق والقياس.

1. توثيق السياسات التحريرية.

جدول (12) توثيق السياسات التحريرية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1-	يوجد دليل للسياسة التحريرية وتعليمات موثقة لقواعد التحرير (Editorial Guide)	وثيقة الدليل
2-	يوجد دليل لنمط التحرير في الشكل واللغة (Style Book)	وثيقة الدليل
3-	توجد قواعد واضحة موثقة للفصل بين الآراء والأخبار (قد يتضمن ذلك دليل السياسة التحريرية)	الوثيقة
4-	توجد قواعد واضحة وموثقة للفصل بين الإعلانات والأخبار	الوثيقة

5-	توجد تعليمات موثقة لحماية الحياد وعدم التحيز التحريري	الوثيقة
7-	توجد سياسة موثقة لقواعد حماية الخصوصية	الوثيقة
8-	توجد سياسة موثقة للمسؤولية المجتمعية	الوثيقة

2. العلانية والمشاركة في السياسات التحريرية.

جدول رقم (13) العلانية والمشاركة في السياسات التحريرية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1-	أدلة السياسة التحريرية ونمط التحرير معلنة للجمهور	الموقع الإلكتروني للوسيلة
2-	تعليمات قواعد الفصل وسياسات الخصوصية والمسؤولية المجتمعية معلنة للجمهور	الموقع الإلكتروني للوسيلة
3-	يتم تدريب الصحفيين الجدد على السياسات التحريرية للوسيلة	سجل الصحفيين
4-	يشارك الصحفيون وأصحاب المصلحة بوضع السياسة التحريرية ومراجعتها	وثائق الوسيلة

رابعاً: جودة المحتوى الإعلامي.

لا يوجد اتفاق بين الباحثين على تعريف جودة المحتوى الإعلامي أو على قائمة موحدة لمعايير جودة المحتوى (Shapiro, 2010) ، والمشكلة تبدو في طبيعة المنتج الإعلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام، وهو منتج غير ملموس لا يمكن قياسه وتحديد ملامحه بيسر. والتحدّي الذي يواجه منتجات وخدمات وسائل الإعلام وفي مقدمتها المحتوى الإعلامي أنه فيما تحاول تطبيق منظور جودة الخدمات تجده يركز على التحسين المستمر للخدمة، لكي تلبّي متطلبات ورغبات الزبائن، في المقابل ثمة صراع في وسائل الإعلام ووسط الخبراء بين الذهاب نحو الالتزام بالقواعد المهنية أو الذهاب نحو إشباع رغبات الجمهور، ثم ما مدى مطابقتها لرغبات الجمهور مع معايير قواعد المهنية (Bogart , 2004) .

ترتبط جودة محتوى الوسيلة الإعلامية بمجموعة من الأبعاد التنظيمية في البيئتين الداخلية والخارجية للوسيلة الإعلامية أهمها: السياسات التحريرية، وانتشار الوسيلة، وطبيعة الجمهور (Lacy ، 1991) وبالمنافسة وأنماط الملكية (Lacy and others, 1991) لقد احتل معيار الدقة في الأخبار والمعالجات الإعلامية نقاشات موسّعة ومكانة هامة في موضوع جودة المحتوى الإعلامي، وهو أساس جودة المعلومات، ويدور حوله سؤال مصداقية الأخبار وسمعة الوسيلة الإعلامية.

يشكل معيار التوازن أساس الحياد والنزاهة وعدم الانحياز، ويعني أن يعكس المحتوى وجهات نظر ومعلومات كافة الأطراف بتساوٍ (Entman,1989)[56]، والتوازن في التغطيات السياسية هو الأكثر حساسية ويتحقق عادة بتعريف متوازن لكافة المواقف السياسية (Gans,1979) [57]، ويجدر الانتباه إلى أن المضمون المتوازن لا يعني دائماً المضمون الدقيق (Max will, 2004) [58].

وإذا كانت جودة الصحافة ووسائل الإعلام تتأثر بثلاث مجموعات من المعايير، ترتبط مجموعتان منها بالبيئتين السياسية والاقتصادية ومجموعة ثالثة بالأطر المؤسسية والمهنية الداخلية للوسيلة، فإن هذه المدخلات والعمليات تصب في المحصلة في جودة أو رداءة المحتوى الإعلامي، حيث تشكل الموضوعية والنزاهة والدقة والتوازن والتنوع أساس جودة المحتوى وترتبط الموضوعية بالفصل الجيد بين الآراء والأخبار والفصل بين الإعلانات والأخبار، وفق قواعد واضحة يعكسها المحتوى الإعلامي.

إن ضمان معايير الجودة في المحتوى تعني ما يقدم إلى الجمهور، ما يميز بين الإعلام الجيد والرديء، ويميز بين الصحافة الجيدة والدعائية، ويتطلب ضمان معيار الدقة سلامة التعامل مع المصادر والوضوح والتحديد وتصحيح الأخطاء وضمن حق الرد، وبذل الجهد في التحقق من المصادر ووصف الوقائع والأحداث (Dean, 2006) [59]. ويتطلب التوازن والنزاهة عرض كافة وجهات النظر والتعامل مع كافة المصادر المتاحة (PBS,2011) [60]، ويعد التنوع في المحتوى الإعلامي للوسيلة الإعلامية معياراً كلياً في جودة المحتوى الإعلامي، يعكس المجتمعات والثقافات والفئات الاجتماعية ما يعني مهمة أساسية في ضمان جودة المحتوى والوظيفة التي يمثل من خلالها كل المجتمع.

أما المحلية فهي أحد أهم معايير الجودة المهنية التي يعكسها المحتوى الإعلامي بما يقدمه من حاجات وأولويات للمجتمع، التي تعبر عن مبدأ الخدمة العامة لوسائل الإعلام، أوضحت دراسة جاءت تحت عنوان "ماذا يريد الجمهور من الأخبار المحلية؟" بأن الجمهور يتوقع أن تكون وسائل الإعلام المحلية جارية قريباً للمجتمع المحلي، ما يوفر معايير الملائمة والقدرة على الوصول للجمهور، كذلك تتطلب المحلية أن تعكس معايير الشمولية والكفاءة في تقديم الخدمات الإخبارية الإعلامية والإعلانية بشكل عام للمجتمعات المحلية المستهدفة، ويدخل في هذا المجال وظائف الرقابة المحلية والإحاطة الجارية بالأحداث في البيئتين المحلية والخارجية (Heider, Mocombs, 2008:956-965) [61].

كما تتطلب الجودة والمهنية أن تعكس قدرة الصحفيين على الابتكار والتجديد والجرأة والمعالجات النقدية.

تمّ تقسيم معايير جودة المحتوى الإعلامي القابلة للتحقق والقياس إلى ستة معايير أساسية شملت (27) مؤشراً ضمن المجموعات الآتية:

1. معيار الدقة.

جدول رقم (14) معيار الدقة

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1-	المحتوى يعتمد على مصادر متعددة	تحليل المضمون

المحتوى لا يعزو إلى مصادر مجهولة أو شهود عيان غير موثوق بهم	تحليل المضمون	-2
المحتوى محدد وواضح في ذكر الوقائع والأحداث والأشخاص والمسميات	تحليل المضمون	-3
المحتوى يذكر الحقائق الجدلية مع مصادرها	تحليل المضمون	-4
يشار بوضوح إلى المعلومات التي لم يتحقق منها	تحليل المضمون	-5

2. معيار الموضوعية.

جدول رقم (15) معيار الموضوعية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
-1	المحتوى يفصل بين الأخبار والآراء	تحليل المضمون
-2	المحتوى يفصل بين الأخبار والمواد الإعلانية	تحليل المضمون

3. معيار التوازن والحياد.

جدول رقم (16) معيار التوازن والحياد

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
-1	المحتوى يعرض أكثر من وجهة نظر واحدة	تحليل المضمون
-2	المحتوى يقدم أكثر من مصدر	تحليل المضمون
-3	اتجاهات المحتوى محايدة أكثر من السلبية أو الإيجابية	تحليل المضمون

4. معيار التنوع

جدول رقم (17) معيار التنوع

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
-1	المحتوى يعكس التنوع الموضوعي (السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، الترفيهي، والإنساني..)	تحليل المضمون

2-	المحتوى يعكس التنوع الجغرافي والإقليمي	تحليل المضمون
3-	المحتوى يعكس التنوع حسب الجندر	تحليل المضمون
4-	التنوع الديني والإثني في المجتمع	تحليل المضمون

5. معيار المحلية .

جدول رقم (18) معيار المحلية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد أو الأدوات
1-	حجم المواد التي تعالج القضايا الوطنية.	تحليل المضمون
2-	حجم المواد التي تعالج شؤون الإقليم والمحافظات	تحليل المضمون
3-	حجم المواد التي تعالج المجتمعات المحلية والمهمشة	تحليل المضمون

6. معيار الابتكار والوظيفة الرقابية.

جدول رقم (19) معيار الابتكار والوظيفة الرقابية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1-	المحتوى يقدم تغطيات فيها تجديد	تحليل المضمون
2-	المحتوى يعكس موضوعات فيها أفكار ومعالجات ابتكارية	تحليل المضمون
3-	حجم وعدد التقارير والتحقيقات الاستقصائية	تحليل المضمون
4-	حجم وعدد الموضوعات التي تتناول قضايا الفساد والرقابة	تحليل المضمون
5-	حجم وعدد الموضوعات التي تعكس الجراءة الصحفية	تحليل المضمون

خامساً: معايير ضمان الاستقلالية.

تعد استقلالية الإعلام معياراً متداخلاً بين متغيرات البيئة الداخلية لوسيلة الإعلام ومتغيرات النظام الإعلامي السائد بأبعاده السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، وترتبط مباشرة بمستوى الحريات، وبالعلاقة بالسلطات، وبنمط ملكية الوسيلة الإعلامية، وبالعلاقة مع المعلنين وأصحاب المصالح (McQuail, 1992) [62].

يرى منظور المهنية والجودة أن الصحافة مهنة ذات معنى يعتمد نجاحها وإنجازها على الاستقلالية، ولكي يتحقق هذا الحكم الذاتي المستقل فإن هذه المهنة تحتاج إلى مهارات خاصة محددة وتدريب ومعرفة والتزام أخلاقي محدد

وواضح (Nolan,2008)، ولقد ربط هذا المنظور بين المهنية والاستقلالية، فكلما كانت الوسيلة الإعلامية أكثر تقدماً مهنيًا مالت نحو الاستقلالية.

توجد معايير لضبط الاستقلالية يمكن تتبعها وأخرى يصعب حصرها أو لمسها والتحقق منها؛ كما هو الحال في بعض أنماط الرقابة الذاتية لدى الصحفيين التي تعد مصدرًا يحد من الاستقلالية (Timothy, 2008) (Kenny, 2008) [63] ، وهذه المعايير تعود إلى محددات النظام الإعلامي السائد وقيم النظام السياسي والاقتصادي، أي البيئة الخارجية، وإلى محددات البيئة المؤسسية الداخلية في الوسيلة الإعلامية وأخيرا إلى ضوابط و محددات السلوك المهني والأخلاقي للصحفيين أنفسهم. وتتحصر أهم الأبعاد الداخلية والخارجية و المهنية التي تحدّد ملامح الاستقلالية كأساس متين في جودة الأداء الإعلامي فيما يلي:

1. الإطار القانوني والتنظيمي: تعد الأطر القانونية والتنظيمية المتعلقة بوسائل الإعلام مسألة شكل وجوهر، فهي من يحدّد مدى وجود ضمانات دستورية وقانونية، تضمن حرية التعبير وحرية الوصول للمعلومات، واستقلالية التحرير، واحترامها وحقّ الصحفيين في حماية مصادرهم، ووجود جهات منظمة للبتّ الإذاعي والتلفزيوني تمنح فرصاً عادلة، و تحرص على تعددية وسائل الإعلام (IPDC, 2008).

2. الإطار السياسي: ويشتمل على ظروف البيئة السياسية ومستوى المشاركة والديمقراطية، فقد يتمتع بلد ما بقوانين جيدة متعلقة بحرية التعبير والحقّ في المعلومات، ولكن قد لا تكون هذه القوانين مطبقة أو نافذة، وقد تكون وظيفتها معرّقة بفعل ثقافة السرية أو الفساد أو المقاومة المؤسسية (IPDC, 2008).

3. النظام الاقتصادي وأنماط الملكية: إن نمط الملكية وتحريرها؛ أي السماح للقطاع الخاص بامتلاك وتشغيل وسائل الإعلام، والحدّ من تركيز الملكية؛ أي منع الاحتكار أحد الأسس المتينة للاستقلالية الإعلامية (Lacy and others, 1991).

وتشتمل البيئة الاقتصادية على عوامل أساسية أخرى تحدّد مستويات الاستقلالية منها: الأحكام الخاصة بالشفافية، والكشف التي تخصّ الشركات الإعلامية ومصادر الدخل والتمويل بما يتماشى مع المعايير الدولية للشفافية، كذلك نظام شفاف وعادل للضرائب.

4. التطور المهني والالتزام الأخلاقي: يحدد النضوج المهني و سلوك الصحفيين ومدى التزامهم بأخلاقيات المهنة الصحفية جانبا أساسياً من ضمان الاستقلالية، وأحيانا تتداخل عوامل بيئية قادمة من خارج وسائل الإعلام مع ضعف في التكوين المهني في تضخيم الرقابة الذاتية لدى الصحفيين.

5. البعد المؤسسي للوسيلة: يتضمن وجود سياسات واضحة تضمن الاستقلالية و ممارستها من قبل الصحفيين على أن تكون معلنة لجمهور الوسيلة الإعلامية.

تمّ تقسيم قائمة المعايير الفرعية المقترحة في مجال الاستقلالية إلى (5) معايير فرعية شملت 37 مؤشراً، تمّ حصرها بعد ثلاث جولات متتابعة مع الخبراء إلى ما يلي:

1. المعيار القانوني لضمان الاستقلالية.

جدول رقم (20) المعيار القانوني لضمان الاستقلالية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1	الدستور يحتوي على أحكام (تكفل/ تضمن) حرية الصحافة و الإعلام و حرية التعبير و نفاذها	وثيقة الدستور
2	يضمن الدستور دور القضاء في حماية حرية الصحافة ووسائل الإعلام	وثيقة الدستور
3	لغة الدستور تشير بوضوح إلى حرية التعبير وحرية الصحافة	وثيقة الدستور
4	يضمن القانون محاكمة عادلة في الجرائم التي تهدد حرية الصحافة	القوانين وإجراءات التقاضي
5	عدم الإفلات لأولئك الذين يرتكبون جرائم ضد الصحفيين	الشواهد
6	عدم وجود قوانين تقيد الصحافة والإعلام في الحدود المقبولة	القوانين المعنية
7	عدم وجود قوانين تقيد الإعلام تحت عناوين القضايا العرقية و الدينية والأمنية	القوانين المعنية
8	توجد عقوبات تطبق على الصحافة غير المسؤولة	القوانين المعنية
9	القيود المفروضة على حرية الإعلام محصورة في أضيق نطاق و بما يتناسب مع هدف التشريع	القوانين المعنية
10	لا توجد عقوبة حبس للصحفيين نتيجة لما يكتبون	القوانين المعنية
11	لا توجد ملاحقة أو حبس للكاتب أو المدونين على شبكة الإنترنت	القوانين والشواهد
12	لا يوجد ضغط مفرط على الصحفيين للكشف عن مصادرهم	الشواهد
13	لا توجد قوانين تحمي موظفي الدولة من التشهير والنقد	القوانين
14	حق الرد والتصحيح مضمون قانونياً	القوانين المعنية
15	القضاء مستقل ويتعامل بنزاهة مع وسائل الإعلام	القوانين المعنية وإجراءات التقاضي
16	يوجد تشريع يضمن حق الصحفيين في الوصول إلى المعلومات	القوانين المعنية
17	لا توجد تشريعات تضمن رقابة مسبقة على الإعلام	القوانين المعنية
19	توجد فرص متساوية للأفراد أو الشركات لتأسيس و تشغيل وسائل الإعلام	القوانين المعنية

2. المعيار الاقتصادي للاستقلالية.

جدول رقم (21) المعيار الاقتصادي للاستقلالية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1	ملكية الدولة لوسائل الإعلام محدودة	القوانين المعنية و الشواهد
2	القوانين و الإجراءات تحدّ من تركيز ملكية وسائل الإعلام (تمنع الاحتكار)	قوانين الترخيص وإجراءات المؤسسات التنظيمية

3	لا يوجد تمييز في توزيع الإعلانات الحكومية بين وسائل الإعلام	الشواهد
4	لا يوجد تمييز في الرسوم و الضرائب التي تتقاضاها الحكومة من وسائل الإعلام	الشواهد
5	توجد شفافية في الكشف عن مصادر التمويل	وثائق الموازنات الشواهد

3. معيار السلوك المهني للصحفيين.

جدول رقم (22) معيار السلوك المهني للصحفيين

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1	يمارس الصحفيون الرقابة الذاتية بالحدّ المقبول	المسوحات
2	معظم الصحفيين غير مرتبطين بأعمال أخرى	المسوحات
3	لا يقبل الصحفيون الهدايا والهبات و التسهيلات و الامتيازات من الحكومة أو القطاع الخاص	المسوحات

4. المعيار الداخلي للاستقلالية: استقلالية غرف الأخبار والتحرير.

جدول رقم (23) المعيار الداخلي للاستقلالية: استقلالية غرف الأخبار والتحرير

	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات	
		تعليمات مكتوبة	تعليمات شفوية
1	توجد تعليمات تحدّ من تدخل الحكومة و السلطة التنفيذية في التحرير	وثيقة السياسة التحريرية	الممارسات وتحليل المضمون
2	توجد تعليمات تحدّ من تدخل الاجهزة الأمنية في التحرير	وثيقة السياسة التحريرية	الممارسات وتحليل المضمون
3	توجد تعليمات تحدّ من تدخل النخب والقوى السياسية	وثيقة السياسة التحريرية	الممارسات وتحليل المضمون
4	توجد تعليمات تحدّ من تدخل مؤسسات المجتمع المدني	وثيقة السياسة التحريرية	الممارسات وتحليل المضمون
5	توجد تعليمات تحدّ من تدخل المجموعات الدينية	وثيقة السياسة التحريرية	الممارسات وتحليل المضمون

6	توجد تعليمات تحدّ من تدخل القبائل و العشائر	وثيقة السياسة التحريرية	الممارسات والمضمون وتحليل
7	توجد تعليمات تحدّ من تدخل المؤسسات الدولية	وثيقة السياسة التحريرية	الممارسات والمضمون وتحليل

5. توثيق سياسات الاستقلالية الداخلية.

جدول رقم (24) توثيق سياسات الاستقلالية الداخلية

المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1	توجد تعليمات موثقة تضمن الفصل بين الملكية و التحرير
2	توجد تعليمات موثقة للفصل بين الإدارة والتحرير
3	توجد قواعد موثقة حول سياسة الإعلان التجاري

سادسا: جودة نظام المساءلة و نفاذ المبادئ الأخلاقية:

يُعدّ بنظم المساءلة الإعلامية (Media Accountability Systems (MAS) كافة الأدوات والوسائل والأساليب التي تمكّن المجتمع من مراقبة أداء الإعلام ومحاسبته وتنظيم ممارسته وحماية الحرية الإعلامية، وهي نظم متعددة ومتنوعة، حسب طبيعة النظام السياسي والاتصالي السائد في الدولة، وتشمل كافة الصيغ القانونية والتعاقدية والتقاليد والتوافقات المهنية والاجتماعية وأساليب التنظيم الذاتي.

تنطلق فلسفة نظم المساءلة الإعلامية من فكرة تحقيق التوازن بين حقوق الفرد والمجتمع من جهة، وحقوق وسائل الإعلام وحرّيتها في التعبير من جهة أخرى، على أساس أنه لا غنى عن كل من الحرية والتنظيم معاً، انطلاقاً من الحاجة لأن تقوم وسائل بدورها بتزويد المواطنين بالخدمات الإعلامية التي يحتاجونها ليصبحوا مشاركين بالحياة الديمقراطية (صالح، 2000)[64].

تقوم نظم مساءلة وسائل الإعلام بغض النظر عن اختلافها بتأدية وظائف ترتبط بالأهداف التي قامت من أجلها

وأهمها :

1. حماية استقلال وسائل الإعلام وحماية الحرية الإعلامية.
2. تعزيز ودعم حقّ الفرد والمجتمع بالاتصال والمعرفة، أن يكون على علم بما يحدث من وقائع وأحداث، وأن يتاح له الفرصة بالتعبير والنقاش والمشاركة.
3. مراقبة أداء وسائل الإعلام ومحاسبته لمنع التعدي على حقوق الأفراد والمجتمع.
4. توفير نظم للشكاوى المقدمة من قبل الجمهور على أداء وسائل الإعلام واختراقاتها لحقوق الأفراد والمجتمع والتوسط في حلّها.

5. المساعدة في بناء الثقة بين الصحفيين والجمهور من أجل ضمان أن وسائل الإعلام تستطيع مقاومة الضغوط السياسية والاقتصادية.

6. الحفاظ على التوازن بين التنظيم والحرية.

إن الفكرة الرئيسية في نظم المساءلة تتمثل في مراقبة أداء وسائل الإعلام للتأكد من مدى تمثّلها للمسؤولية المهنية والمجتمعية، وتوفير إطار عام لشكاوى الجمهور والتوسط فيها، وتذهب بعض النظم الأخرى إلى صيغ، تدمج فيها هذه المهام مع أشكال من التنظيم الذاتي والمختلط، حيث نال ما تستخدمه هذه النظم من أدوات الكثير من التغيرات مع دخول الإعلام الجديد وما قدمه من أدوات جديدة، وما طرح من مشاكل مختلفة في مساءلة وسائل الإعلام في البيئة الرقمية (Eberwein and Others, 2011). تتعدد أنماط المساءلة الإعلامية، ولكي تكون قادرة على المساءلة الجيدة فهي تحتاج إلى (Bertrand, 2002) [65]:

1. أن تكون شفافة ومتاحة للجمهور.

2. أن تشترك جميع الجهات الفاعلة وذات المصلحة فيها (المجتمع ، الصحفيون، وملاك وسائل الإعلام، مؤسسات المجتمع المدني، الأكاديميون والخبراء....).

3. أن تقوم على أساس أنها خدمة عامة.

4. استقلالية التمويل وشفافيته.

5. العدالة.

6. آليات واضحة وموثوقة للمساءلة وتقديم الشكاوى.

يُصنف نظام "باتراند" للمساءلة الإعلامية MAS إلى ثلاث مناطق حسب الجهة الفاعلة في التنفيذ (2004

Bertrand, [66] وهي:

أ- المساءلة الداخلية: جهود الصحفيين التي قد تفهم على أساس أنها تنظيم ذاتي ويشارك فيها الصحفيون ومؤسساتهم لمراقبة الجودة وضبط المهنية؛ الصحف تعترف بالأخطاء وتنتشر التصحيحات، تحرص على معايير الدقة والنزاهة وتراقبها، وموظفو التحرير يعدون استبانات دورية حول الدقة والنزاهة والمحررون يكتبون رسائل إلى القراء.

ب- المساءلة الخارجية: النشاط الأكاديمي والمجتمعي، الذي يحدث خارج وسائل الإعلام بغض النظر عن مدى قبول وسائل الإعلام والصحفيين له، ويشتمل على دراسة ومراقبة تقييم أداء وسائل الإعلام واستطلاعات الرأي والإعلام البديل.

ج- المساءلة التعاونية: الأنشطة التفاعلية التي يشترك فيها أكثر من طرف بهدف متابعة أداء وسائل الإعلام ورصدها، وتشتمل على عامة الناس، وهيئات التحرير والمجالس الصحفية والرسائل والتفاعل مع المحررين. وبالاستناد إلى نظام "باتراند" في المساءلة الإعلامية بشكل أساسي وبعد سلسلة من المناقشات تم تطوير قائمة تضم (48) مؤشراً لمعايير الجودة في هذا المجال، وبعد جولات الفحص مع الخبراء تم الوصول إلى (4) معايير تقاس من خلال (25) مؤشراً.

1. معيار نظام المساءلة الخارجي أو العام.

جدول رقم (25) معيار نظام المساءلة الخارجي أو العام

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد والأدوات
1	يوجد مجلس أو هيئة مستقلة للشكاوى	وجود الهيئة أو المجلس
2	توجد مشاركة واسعة من وسائل الإعلام في مجلس الشكاوى	عضوية المجلس
3	يتوفر تمويل شفاف و مستقل لمجلس أو هيئة الشكاوى	مراجعة مصادر التمويل
4	وجود كتاب أو تقرير سنوي حول أداء الصحافة ووسائل الإعلام يعده صحفيون وخبراء ويحرر من قبل الأكاديميين	وثيقة

2. نظم و أدوات المساءلة الداخلية

جدول رقم (26) نظم و أدوات المساءلة الداخلية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد أو الأدوات
1	يوجد في الوسيلة الإعلامية محرر للجمهور متخصص في شكاوى الجمهور على المحتوى وعلى أداء الوسيلة ويمارس عمله باستقلالية (Ombudsman)	وجود محرر الجمهور
2	توجد تعليمات واضحة و موثقة لضمان حق الرد والتصحيح	وثيقة
3	يوجد قسم لرصد و مراقبة المحتوى الإعلامي للوسيلة	الهيكل التنظيمي
4	وجود إمكانية لاستقبال الشكاوى من خلال الإنترنت	الموقع الإلكتروني
5	إعداد تقرير مراجعة ونقد ذاتي يومي لأداء الوسيلة الإعلامية	وجود نماذج من هذه التقارير
6	وجود نظام محدد لنشر أو بث رسائل القراء - بما فيها ما ينتقد أداء الوسيلة -	تحليل المضمون
7	وجود نظام لتعيين الصحفيين المؤهلين أكاديمياً بشفافية وعدالة	نظام التعيين
8	وجود سياسة واضحة ومعلنة في التعامل مع التعليقات والردود على الصحافة والمواقع الإلكترونية	وثيقة
9	وجود إفصاح واضح عن ملكية الوسيلة الإعلامية معن للجمهور وعلى المواقع الإلكترونية مع قائمة بالمصالح الأخرى للملاك	الموقع الإلكتروني
10	وجود سياسة ومعايير واضحة ومعلنة للتعامل والاستفادة من المحتوى الإعلامي الذي يقدمه الجمهور	الموقع الإلكتروني

3. معيار نفاذ المبادئ الأخلاقية

جدول رقم (27) معيار نفاذ المبادئ الأخلاقية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد أو الأدوات
1	يوجد ميثاق شرف صحفي / إعلامي	وثيقة الميثاق
2	يؤكد ميثاق الشرف مبادئ المساءلة	وثيقة الميثاق

3	يمارس الصحفيون النقد الذاتي والاعتراف بالأخطاء	وجود أدلة في المضمون
---	--	----------------------

4. معيار المسؤولية المجتمعية

جدول رقم (28) معيار المسؤولية المجتمعية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد أو الأدوات
1	التعبير عن الهوية والمضمون الثقافي الوطني	تحليل المضمون
2	التعبير عن التعددية المحلية	تحليل المضمون
3	التعبير عن حقوق الإنسان	تحليل المضمون
4	عدم نشر خطاب الكراهية	تحليل المضمون
5	احترام قيم الأسرة	تحليل المضمون
6	احترام حقوق الأطفال والمعاقين	تحليل المضمون
7	الاتجاهات الإيجابية لمضامين الترفيه	تحليل المضمون
8	الالتزم بنشر قيم الديمقراطية والمشاركة	تحليل المضمون

سابعاً: معايير التطوير والتحسين المستمر.

يحتل التطوير والتحسين المستمران مكانة أساسية في منظومة جودة أداء وسائل الإعلام، ويعد بُعد التحسين المستمر والتحديث أحد أهم أبعاد ضمان الجودة في قطاع الخدمات بشكل عام، ولغايات هذه الدراسة، تمّ الاستدلال على التحسين المستمر بقدرته المؤسسة على إرساء تقاليد مؤسسية ومهنية في التقييم الذاتي للأداء المهني، وقدرته المؤسسة على مواكبة التحديث في البنى التحتية، ووسائل الإنتاج الإعلامي، ومواكبة التكنولوجيا الإعلامية، والمقارنة المرجعية.

إن عملية تقييم جودة الخدمة في مجال فحص التحسين المستمر عادة ما تتمّ على مستويين، بحسب الهدف من التقييم، أحدهما داخلي يعبر عن رأي الجمهور الداخلي للمؤسسة، وهنا نقصد الإعلاميين والصحفيين، ومدى التزام المؤسسة بمعايير داخلية للجودة، والآخر يقيس وجهة نظر الجمهور الخارجي المتلقي للخدمة، والاتجاه الأول الذي يدرس الجودة الداخلية يركز على ثلاثة أبعاد هي الجودة المؤسسية (Corporate Quality)، والجودة التفاعلية (Interactive quality)، والجودة المادية (Physical Quality)، وهناك اتجاهات متعددة في مدرسة جودة الخدمات حول تقنيات التحسين المستمر وآليات استدامته من مبدأ التراكم طويل المدى إلى المبادرات الصاعدة والسريعة.

في مؤسسات الإعلام تبرز أهمية التحسين المستمر في أكثر من زاوية أهمها طبيعة الخدمة التي تقدمها هذه الوسائل باعتبارها جدلية، وحاجة المؤسسات الإعلامية أن تقدم نماذج اقتصادية ناجحة، والسرعة الكبيرة في التغيير التي يشهدها الإعلام المعاصر نتيجة تكنولوجيا الاتصال والإعلام المتسارعة ما يتطلب سرعة في مواكبتها.

تمّ تطوير هذا البعد ضمن ثلاثة معايير رئيسة ملائمة لوسائل الإعلام، اقترحت دراسة في المرحلة الأولى (42) مؤشراً وصلت إلى (26) مؤشراً توافق عليها الخبراء بعد ثلاث جولات، وهي:

1. معيار التحسين المستمر.

جدول رقم (29) معيار التحسين المستمر

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد أو الأدوات
1	تعمل المؤسسة على مواكبة ما هو حديث في الإعلام	مسح اتجاهات الإعلاميين
2	تشجع المؤسسة للإعلاميين على إدخال تحسينات مستمرة على أدائهم	مسح اتجاهات الإعلاميين
3	تشجع المؤسسة الإعلاميين على استخدام وسائل العمل الإلكتروني	مسح اتجاهات الإعلاميين
4	أنظمة المؤسسة ولوائحها مرنة وتحفز التحسين المستمر	مسح اتجاهات الإعلاميين
5	تقوم المؤسسة بمراجعة الممارسات الإعلامية بشكل مستمر	مسح اتجاهات الإعلاميين
6	تدعم رئاسة التحرير الجهود التي تؤدي إلى تحقيق جودة المحتوى.	مسح اتجاهات الإعلاميين
7	تقدم المؤسسة المكافآت للمتميزين من الإعلاميين.	مسح اتجاهات الإعلاميين
8	توفر إجراءات المؤسسة فرصاً للإعلاميين للإبداع والابتكار .	مسح اتجاهات الإعلاميين
9	تخلو بيئة المؤسسة من الخوف والضغط المهنية .	مسح اتجاهات الإعلاميين
10	توفر المؤسسة الحماية للإعلاميين في أداء مهامهم.	مسح اتجاهات الإعلاميين

2. معيار التحديث والتطوير .

جدول رقم (30) معيار التحديث والتطوير

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد أو الأدوات
1	يوجد موقع إلكتروني للمؤسسة	الموقع الإلكتروني
2	الموقع الإلكتروني تفاعلي مع الجمهور	الموقع الإلكتروني
3	يتوفر جهاز حاسوب لكل إعلامي	سجلات اللوازم
4	يوجد أرشيف إلكتروني لمحتوى الوسيلة	الأرشيف الإلكتروني
5	يتوفر ثلاثة اشتراكات على الأقل مع وكالات أنباء رئيسة	الاشتراكات
6	يوجد اشتراكات في وكالات وقواعد معلومات وخدمات إعلامية متخصصة	الاشتراكات

7	يتوفر وسائل إنتاج صحفي- مطبعة حديثة للصحف-	المطبعة
8	يتوفر استديو إنتاج وبث رقمي في محطات الإذاعة	الأستديوهات
9	يتوفر استديو إنتاج وأستديو بث رقمي لمحطات التلفزيون	الأستديوهات
10	تتوفر مكتبة رقمية	المكتبة الرقمية

3. معيار المقارنة المرجعية.

جدول رقم (31) معيار المقارنة المرجعية

م	المؤشرات	الأدلة والشواهد أو الأدوات
1	تهتم المؤسسة بالتعامل البناء مع الردود والتغذية الراجعة من الجمهور	تقارير الأداء
2	تقوم المؤسسة بمقارنة أدائها يومياً بالمؤسسات الوطنية المماثلة	اجتماعات مجلس التحرير
3	تقوم المؤسسة بمقارنة أدائها بالنماذج الإعلامية الإقليمية والعالمية	اجتماعات مجلس التحرير
4	تستفيد المؤسسة من تجارب المؤسسات الإقليمية والعالمية الناجحة	تقارير الأداء
5	تتابع المؤسسة يومياً الاقتباسات والإشارات التي تأخذها وسائل إعلام أخرى عن المحتوى الإعلامي لها	تقارير الأداء
6	توفر نظام معلومات للجمهور	نظام المعلومات

الخلاصة

جاءت هذه الدراسة في ضوء التوافق المهني والأكاديمي بعدم توفر قائمة موحدة لمعايير الجودة في الإعلام في الوقت الذي ما يزال مفهوم المهنة الإعلامية غير مستقر وتختلف النظرة إليه وفق التطور السياسي، وباختلاف البيئات الثقافية، ما يعني عملياً الحاجة إلى منظور محلي للمهنة والجودة، يستفيد من التراث الإنساني والعالمي، ويأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات التي يملئها التطور السياسي والثقافي للمجتمع الأردني ومحددات المرحلة الانتقالية. وحيث يشهد الأردن عملية إصلاح إعلامي طويلة ومتعثرة توصف بخطوة إلى الأمام وخطوة إلى الخلف، تقع قضية المهنة الإعلامية وجودة المنتج الإعلامي في مركز النقاش حول الإصلاح الإعلامي، وتتخذ هذه القضية، أحياناً، مبرراً لتعثر وتباطؤ مسار الإصلاح الإعلامي، ويبدو دور الإعلاميين أساسياً في حسم الإصلاح الإعلامي، ما يجعل نشر ثقافة الجودة الإعلامية مسألة أساسية في جهود إصلاح الإعلام. حاولت هذه الدراسة تطوير مرجعية معيارية للجودة المهنية، تركز على البيئة الداخلية لوسائل الإعلام بالدرجة الأولى وعلى النظام الإعلامي بالدرجة الثانية، وذلك من خلال مشاركة مجموعة من الإعلاميين والصحفيين والخبراء والأكاديميين، وتوصلت الدراسة إلى تطوير (31) معياراً موزعة على سبع حزم على النحو الآتي:

- 1- جودة التخطيط والتنظيم المؤسسي: وشملت هذه الحزمة (6) معايير تقاس من خلال (26) مؤشراً.
- 2- جودة التأهيل والتدريب: وشملت هذه الحزمة (5) معايير تقاس من خلال (30) مؤشراً.
- 3- جودة السياسات التحريرية: وشملت هذه الحزمة معيارين يقاسان من خلال (12) مؤشراً.
- 4- الاستقلالية: وشملت معايير ضمن البيئة الداخلية لوسائل الإعلام وأخرى ضمن البيئة الخارجية، أي في إطار النظام الإعلامي العام، وشملت هذه الحزمة (5) معايير تقاس من خلال (73) مؤشراً.
- 5- جودة المحتوى الإعلامي: وشملت هذه الحزمة (6) معايير تقاس من خلال (27) معياراً.
- 6- جودة نظام المساءلة ونفاد المبادئ الأخلاقية: وشملت هذه الحزمة (4) معايير تقاس من خلال (25) مؤشراً.
- 7- جودة التطوير والتحسين المستمرين: شملت هذه الحزمة (3) معايير تقاس من خلال (26) مؤشراً.

التوصيات

اعتماداً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، فإن الباحثين يوصون بما يلي:

1. الشروع في استخدام هذه المعايير والمؤشرات في المؤسسات الإعلامية في الأردن، والعمل على نشرها لجميع العاملين، واعتمادها في ممارسة عمل رؤساء التحرير في الصحف ومحري نشرات الأخبار في الإذاعة والتلفزيون.
2. كما يوصي الباحثون باستخدام هذه المعايير والمؤشرات، والتي تم التوافق عليها من قبل الخبراء وأظهرتها نتائج الدراسة، في تقييم عمل المؤسسات الإعلامية في الأردن، ورصد التغذية الراجعة من استخدام هذه المعايير من أجل تحديد الملاحظات لإعطاء فرصة لتطويرها في ضوء الممارسات التطبيقية، وفتح المجال لمزيد من الدراسات المستقبلية في ضوء ما يظهر من تغذية راجعة.
3. كما يوصى للباحثين والمهتمين في الإعلام ودراسات الجودة بإجراء دراسة لتحليل هذه المعايير والمؤشرات وإخضاعها للتحليل الرباعي الاستراتيجي لتحديد نقاط القوة والضعف باعتبارها تشكل إطاراً مرجعياً لممارسة العمل لوسائل الإعلام على مستوى الدولة.

المراجع والمصادر:

- آل ثاني، فيصل بن جاسم بن محمد الأحمد، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة الفضائية في الفترة من 2004-2006 ، دار المعرفة للطباعة والنشر، الدوحة، 2008، 582 ص.
- يوسف، حنان، أخلاقيات المهنة وموثيق الشرف الإعلامي، مؤتمر الإعلاميات العربيات السادس 25 - 29 / 6، عمان، 2007
- العزام، عبد المجيد و خزنة ،هاديا ، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية ،دمشق،مجلة جامعة دمشق،المجلد 26،العدد الثالث + الرابع، 2010.
- أبو عرجة، تيسير ، المهنة في الصحافة الأردنية"العنصر البشري": دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام في كلية الإعلام، جامعة القاهرة، إبريل-يونيو، العدد الثاني، 1997.

- موسى ، عصام سليمان ، "الصحافة الأردنية : دراسة نقدية لتطورها و قوانينها 1920 – 1988" أبحاث اليرموك : سلسلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، مج5، ع 1، 1989، ص ص 227-266 .
- عوض، بدير، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.
- علوان، قاسم وفتحية، أبو بكر محمد، قياس وتقييم جودة الخدمات الصحية التي تقدمها المستشفيات الليبية ، مجلة الإداري ، السنة الثلاثون، العدد 112، 2008، ص 77-130.
- الميحاوي، قاسم ونايف، علوان، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006.
- محمد عبد القادر، قياس جودة التعليم الجامعي: محاولة اجتهادية، المؤتمر التربوي الخامس لجودة التعليم الجامعي، جامعة البحرين، المنامة ، 2005 .
- يوسف، يسري السيد، مبادئ إدارة الجودة الشاملة، مدخل لتحسين جودة أداء الخدمات الصحية: دراسة تطبيقية، مجلة البحوث التجارية، القاهرة، مجلد 24، العدد 1، 2002.
- صالح، سليمان، الأمبودسمان: دوره في تحقيق علاقة متوازنة بين وسائل الإعلام والجمهور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، يناير/ يوليو ، العدد السابع ، 2000.
- الديلمي، عبد الرزاق، التخطيط الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان، 2012.
- غالي، حسين، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية ، رسالة ماجستير مقدمه إلى كلية الإعلام، قسم الصحافة ،جامعة القاهرة ، 2003.
- Martin Gertler, "Meaning-Generating Propositions of Reality by Media: Quality Attributes and Functions of Journalism", Journal of Information, Communication and Ethics in Society, Vol. 11 Iss: 1, 2013.pp.4 – 18.
- Kalyango Jr, Yusuf , "Public Attitudes Toward Media Control and Incitement of Conflicts in Eastern Africa" Media, War & Conflict , vol ,5 n.2,2012,pp 119–137.
- Phillips, Angela , "Sociability Speed and Quality in the Changing News Environment " , Journalism Practice, Volume 6, Issue 5-6, 2012.
- Shapiro, Ivor, " Evaluating Journalism: Towards an assessment framework for the practice of journalism".Journalism Practice. Volume 4, Issue 2, 2010.pp: 143-162.
- Nolan, David , "Professionalism without professions? Journalism and the paradox of professionalization (school) of culture and communication " , University of Melbourne, 2008.
- Merrill, John C, "The Elite Press: Great Newspaper Of The World" New York: Pitman Publishing,1968.
- Breed. W, Social In The News Room : A Functional Analxsis, Social Forces,33,May,1955 pp 326-335.
- Bogart, Lee, Press and Public: Who Reads What, When, Where and Why In American Newspaper, 2nd Ed , Hillsdale, N.J: Lawrence Erlbaum Associates, 1989.
- Burgoon. Judee K, Burgoon. Michael and Atkin. Charles , The World Of Working Journalist , New York : Newspaper Advertising Bureau, 1982.
- Gladney, George Albert ,Newspaper Excellences : How editors of small and large papers judge quality, Newspaper Research Journal Vol. 11, No.2 sprig ,1990 pp 58-71.
- Gladney, George Albert , How Editors and Readers Rank and Rate the Importance of Eighteen Traditional Standards of Newspaper Excellence ,Journalism & Mass Communication Quarterly, June vol 7, N 3,1996, PP 319-331.
- Lacy, Stephen and Fico, Frederick, "The Link Between Newspaper Content Quality and Circulation" , Newspaper Research Journal,vol. 12, n. 2 ,Spring 1991. p 46.

- Lacy, Stephen and Fico, Frederick, "Newspaper Quality and Ownerships: Rating the Groups", Newspaper Research Journal, vol.11 ,n2,1990,pp 58- 71.
- Bogart, Lee, Reflections on Content Quality In Newspapers ,Newspaper Research Journal ,Vol. 25, No. 1. Winter 2004, pp40 – 52.
- Philip Meyer and Koang-Hyub Kim, "quantifying newspaper quality: I know it when I see it", university of Carolina, 2003.
- Zaller John , A New standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen , Politacal Communication ,vol 20, N 2, PP109-130, 2003.
- – Hawatmeh. George and Judith Pies , " Jordan: Media Accountability under the Patronage of the Regime , project Mapping Media Accountability - in Europe and Beyond, EU member, February 2010.
- Retrieved :march 14 -2012 from: <http://www.mediaact.eu/soar.html>
- - Naomi Sakr," Media Reform in Jordan: the stop-go transition", from , Media Reform Democratizing the Media Democratizing the state , Monroe .E.Prece, Beata Rozumilowicz, and Stefaan G. Verhulst, Routledge, Taylor and Francis Group, London and New York. , 2008.p107.
- Badran, Badran(1989) Press-Governments Relation in Jordan: A case Study . - Journalism Quarterly Journal, 335.340.
- - Besterfield Dale H.·Dale H. Besterfield, Carol Besterfield-Michna, Glen H. Besterfield, Mary Besterfield-Sacre, Total Quality Management. Third Edition, Pearson Prentice Hall ,2003.
- - Kusek, Jody Zall and Rist, Ray. C,"Ten Steps to a Results-Based Monitoring and Evaluation System" , a Handbook for Development Practitioners, World Bank Publications. Management,vol.21n3, ,2004.pp 275-293.
- -Schiavo-Campo, Salvatore, "Performance' in the Public Sector" Asian Journal of Political Science, vol .7,n.2,1999:pp 75-87.
- - Hatry, Harry P, Performance Measurement: Getting Results,Washington, D.C, The Urban Institute Press,1999
- - UNPF (United Nations Population Fund), Office of Oversight and Evaluation ,Monitoring and Evaluation Toolkit for Programmer Managers, 2002.
- Retrieved :march 10 -2012 from: <http://www.unfpa.org/monitoring/toolkit.htm>
- - Oakland, F. (1995). "A conceptual model of service quality and its implications for future research". Journal of marketing, 61. 41-51.
- - Osborne D, and, Ted Geebler , Reinventing Comment "How the Entre bran spirit and transforming the public sector, Ne Qethir ,Prentice Hall ,1992,PP.146-154.
- - Bogart Leo, " Reflections on Content Quality in Newspapers," Newspaper Research Journal ,vol 25, no. 1 (winter 2004)pp 40-53.
- - Parasuraman A. Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, "A conceptual model of service quality and its implications for future research", The Journal of Marketing, Vol., No. 4 (Autumn, 1985), pp. 41-50.

- Taylor, A. and Cronin J," Servper versus Servqual, Reconciling Performance -Based and Perceptions Nins- Expectation Measurement of Service Quality", Journal of Marketing , vol. 5 N.1, 1994, pp. 125-131.
- Herbert William Parke, Donald Ernest Wilson Wormell Blackwell, 1956-38 -
- Dalkey, N.C., & Helmer, O, An experimental application of the Delphi method to the use of experts,Management science, Volume 9, Issue 3 ,1963, pp458-467.
- -Dalkey, Normal, The Delphi method :An experimental study of group opinion,Santa Monica, RAND Corporation, 1969 .pp87.
- Turoff, M .,The Design of a Policy Delphi, in Technological Forecasting and Social Change , vol 2, N.2, 1970,pp . 149-171.
- **Okoli, C. and Pawlowski S.D.**. The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications. Information & Management, 42,**2004**: pp15-29.
- **-Landeta, 2006**; J. Landeta; Current validity of the Delphi method in social sciences.
- 46- Prasad A. Naik, Murali K. Mantrala, Alan G. Sawyer, “ Planning Media Schedules in the Presence of Dynamic Advertising Quality”, Marketing Science, Vol. 17, No. 3, 1998.pp 214-235.
- - Prescott Thomas John ,Media Management Manual : A Handbook for Television and Radio Practitioners in Countries –In- Transition. Communication and Information Sector , UNESCO,2009.
- - Soberman, David , The Complexity of media planning today, Journal of Brand Management;Aug2005, Vol. 12 Issue 6, 2005, p420.
- -Sloan .David W. , Lisa Mullikin Parcell, history, principles, practices, Jefferson, N.C. : McFarland & Co,2002.
- -UNESCO (IPDC, Endorsed by the Intergovernmental council of the International program for the Development of communication, Paris, Media Development Indicator: A. Framework for assessing media Development ,2008.
- ACEJMC 2012: The Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications, Retrieved January 5, 2012, from
- (<http://www2.ku.edu/~acejmc>)
- -Berger, Guy and Matras, Covinne ‘Criteria and Indicators for Quality Journalism Training Institutions and Identifying Potential centers of Excellence in Journalism Training in Africa ‘UNESCO’s series on Journalism Education‘ 2007‘ 55 p.
- - **Aldridge, M. and Evetts, J. (2003)**, Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism. The British Journal of Sociology, 54: 547–564 Technological Forecasting and Social Change, 73 (2006), pp. 467–482.
- -Entman, R. , Democracy without citizens : Media and Dacay of American Politics, Oxpord university press, New Yourk,1989.
- - **Gans Herbert, Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time (Random House, 1979) Paperback reissued in 1980 by Vintage Books**

- - Max well and Boy koff , Blance as bias: global Warming and the us prestige press, Global Environment al Change 14 , 2004, 124-136.
- - Dean, Catherine , Truth and the Media, paper presented at Media and the Common Good, 4th Annual Ethics Conference, Strathmore University, Nairobi, 3rd - 4th November, 2006. "Published in Media Ethics. Global Dimensions, The Icfai University Press (India), 2008, ed. Nirmala Rao Khadpekar."
- - PBS The public Broadcasting Service Editorial standards and policies. **PBS Editorial Standards and Policies** , 2011. Retrieved :march 10 -2012 from: <http://www.pbs.org/about/editorial-standards/>
- - Heider ,don Mccombs Maxwell and Paula M Poindexter , What the Public Expects of Local News: Views on Public and Traditional Journalism , Journalism and Mass Communication Quarterly , Vol 82, No.8 winter, 2008 Pp 952-967.
- - McQuail, Denis, Media performance: Mass communication and the public interest, London and Newbury Park, Calif ,Sage Publications, 1992, 350 p.
- --Timothy Kenny and Peter Gross, journalism in Central Asia: A Victim of Politics, Economics, and Widespread Self-censorship, *The International Journal of Press/Politics*, October 2008; vol. 13, 4: pp. 515-525.
- Bertrand, Claude-Jean, Media Ethics and Accountability Systems, Media Accountability Systems , *New Brunswick*, London 2002, p. 14.
- -Bertrand, Claude-Jean, Media Accountability Systems, OSCE , 2004,p.33