

التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية (دراسة وصفية باسلوب مسحي)

د. ابراهيم سعيد فتح الله .د. فؤاد علي احمد
جامعة السليمانية

اولا: مقدمة البحث

من طبيعة الإنسان ومن خلال جهوده المتنوعة في الحياة . يحاول دائما أن يتعرف على ما الجزه من اعمال. وما تبقى عليه لينجزه. وحينما يفعل ذلك يهدف إلى معرفة قيمة الأعمال التي قام بها مقارنة بما بذل منها من جهد ومال ووقت. ان معرفة القيمة لا تدل على الهدف في حد ذاتها. بقدر ما هي مقصودة لمعرفة أستمراية الفرد في بذل جهوده لتحقيق ذلك العمل . وبنفس الأسلوب الذي كان يتبعه . وقد يتطلب الأمر تغيرا في الأسلوب. أو الطريقة للوصول إلى نتائج أفضل. وتسمى هذه العملية بعملية التقويم.

ولأهمية التقويم يعتمد الكثير من المؤسسات سواء كانت حكومية أو أهلية ومن ضمنها المؤسسات الاعلامية على عملية التقويم لوزن الأمور وتقديرها. وكذلك الحكم على الأشياء. والمنجزات. وكل ما يتعلق بالمؤسسة. فعن طريق التقويم تدرك المؤسسات نقاط الضعف والقوة كما انها أداة فعالة للمراجعة الادارية. ومن خلالها تستطيع المؤسسة مراجعة كل ما يتعلق بالتخطيط وإتخاذ القرارات والقيادة والخوافز والامور الادارية الاخرى.

لذا ومن هذا المنطلق يسلط هذا الموضوع الاضواء على عملية التقويم واساسياتها وأهميتها بشكل عام و المؤسسات الاعلامية الكوردية النموذج لها بشكل خاص.

ABSTRACT

From the Human nature and through his diverse life, always trying to recognize what he has accomplished, and what remained to perform. And the individual aims to learn the value of the work that he did by the comparison to the effort, money and time.

And the knowledge of value here is not the goal in itself as it is intended to know the continuation of the individual in these efforts to achieve that work.

By The same technique that was followed, or it requires a change in the style or the way to reach the best results and this process is called the evaluation process.

Because of the importance of evaluation most institutions, whether governmental or non governmental , including media organizations, depend on the evaluation process to weigh things and appreciation as well as to judge things and achievements and everything related to the institution.

Kurdish media organizations can be aware of the strengths and weaknesses point through the evaluation operation and it's an effective tool for Administrative Review and the organization can see all the planning and decision-making, leadership, incentives and other administrative matters through it. So and from this point, this subject tries to highlighting on the evaluation process and its fundamentals and its importance generally and the Kurdish media organizations as model particularly.

ثانيا: منهجية البحث**١- مشكلة البحث:**

احدى الاشكاليات التي تواجه المؤسسات الاعلامية في الدول النامية هي ان تلك المؤسسات انعكاس للواقع السياسي والثقافي لتلك المجتمعات. لذا عندما نتحدث عن المؤسسات الاعلامية الكوردية في اقليم كوردستان لا نستطيع ان نتحدث عنها بمعزل عن الجوانب التي تتأثر بها. وهذه الحالة لم تنعكس فقط على المؤسسات الرسمية. بل اصبحت صفة ملازمة للمؤسسات الاعلامية الاخرى التي تدعي بأنها مستقلة أو أهلية.

مازال التقويم خاصة في المؤسسات الاعلامية الرسمية تحده اشخاص سواء اكانوا سياسيين أو مسؤولين في تلك المؤسسة. حيث اتضحت. من خلال دراسة سابقة اجريت حول قناة كوردسات التلفزيونية اتضحت أن الكوادر السياسية يتدخلون في طبيعة عملهما. وان لم يكن بشكل مطلق الا ان لهم دوراً وكذلك اتضح ان اكثر الصيغ التي يتدخل من خلالها السياسيون هي التوجيهات لذا فإن أكثر الأساليب اعتمادا لتقويم العمل الاعلامي في تلك القناة كانت (التعليمات والتوجيهات) وجاءت (الاجتماعات الدورية) بعدها كأسلوب للتقويم^(١).

ومن اجل وضع تصورات واضحة لجوانبها المختلفة من التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية وكمحاوله لتشخيص الجوانب السلبية وايجاد الحلول المناسبة لتلك المشكلة.

٢-مجتمع البحث وعينته:

يشمل مجتمع الاصلي لعينة البحث. المؤسسات الاعلامية الكوردية كافة في اقليم كوردستان العراق.العينة. فقد اختار الباحثان(١٢٠) فردا من الاعلاميين بطريقة عشوائية منتظمة في المؤسسات الاعلامية الكوردية الاتية: (صحيفة كوردستاني نوى. فضائية(GK) طةلى كوردستان. اذاعة طةلى كوردستان. موقع PUK MEADIA الكترونية. موقع سبةى الكترونية . فضائية KNN. اذاعة طؤران).

٣-الخصائص المهنية للعينة المختارة:**١-الجنس****جدول (١)**

متغير الجنس لدى أفراد العينة

ت	الجنس	العدد	النسبة المئوية
١	ذكر	٩١	٧٥,٨٣
٢	انثى	٢٩	٢٤,١٦
	المجموع	١٢٠	٪١٠٠

ظهر من خلال تفريغ البيانات المتعلقة بافراد عينة البحث وكما هو موضح في الجدول(١) والبالغ عددهم(١٢٠) مبحوثا. وان عدد الذكور منهم ٩١ مبحوثا وبنسبة مئوية ٧٥,٨٣. في حين بلغ عدد الاناث ٢٩ مبحوثا وبنسبة مئوية ٢٤,١٦.

ان النسبة العليا من المبحوثين هم من الذكور. حسبما اظهرت عينة البحث المختارة عشوائيا على الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الكوردية.

ب-العمر

جدول (٢)

الفئات العمرية لأفراد العينة

ت	الفئات العمرية	العدد	النسبة المئوية
١	٢٩-٢٠	٥٣	٤٤,١٦
٢	٣٩-٣٠	٤٢	٣٥
٣	٤٩-٤٠	٢٢	١٨,٣٣
٤	٥٠ فما فوق	٣	٢,٥
	المجموع	١٢٠	٪١٠٠

تبين من تفريغ البيانات المتعلقة بافراد عينة البحث وكما هو مؤشر في الجدول (٢) والبالغ عددهم (١٢٠) مبحوثا حسب متغير العمر ان عدد افراد الفئة العمرية ٢٠-٢٩ سنة هو ٥٣ فردا وبنسبة مئوية ٤٤,١٦ وجاءت في المرتبة الاولى. وعدد افراد فئة ٣٠-٣٩ سنة هو ٤٢ فردا وبنسبة مئوية ٣٥ وجاءت في المرتبة الثانية. وعدد افراد فئة ٤٠-٤٩ سنة هو ٢٢ فردا وبنسبة مئوية ١٨,٣٣ وجاءت في المرتبة الثالثة. وعدد افراد فئة ٥٠ فما فوق سنة هو ٣ وبنسبة مئوية ٢,٥ وجاءت في المرتبة الرابعة.

جدول (٣)

المستوى التعليمي لأفراد العينة

ت	المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
١	يفرأ ويكتب	١	٠,٨٣
٢	المرحلة الاساسية	٢	١,٦٦
٣	المرحلة الاعدادية	٢٧	٢٢,٥
٤	معهد	٤٠	٣٣,٣٣
٥	بكالوريوس	٤٩	٤٠,٨٣
٦	دبلوم عالي	-	-
٧	ماجستير	١	٠,٨٣
٨	دكتورا	-	-
	المجموع	١٢٠	٪١٠٠

تبين من تفريغ البيانات المتعلقة بافراد عينة البحث وكما هو مؤشر في الجدول (٣) حسب متغير

المستوى التعليمي والبالغ عددهم (١٢٠) مبحوثا. ان عدد افراد اصحاب يقرأ ويكتب هو ١ فرد واحد وبنسبة مئوية ٠,٨٣. وان عدد افراد اصحاب الشهادة المرحلة الاساسية هو ٢ وبنسبة مئوية ١,٦٦. وان عدد افراد اصحاب الشهادة المرحلة الاعدادية هو ٢٧ فردا وبنسبة مئوية ٢٢,٥. وان عدد افراد اصحاب شهادة معهد هو ٤٠ وبنسبة مئوية ٣٣,٣٣. وان عدد افراد اصحاب شهادة بكالوريوس هو ٤٩ وبنسبة مئوية ٤٠,٨٣. وان عدد افراد اصحاب شهادة دبلوم عالي هو ٠. وان عدد افراد اصحاب شهادة ماجستير هو ١ وبنسبة مئوية ٠,٨٣. وان عدد افراد اصحاب شهادة دكتورا هو ٠.

٤- منهجية البحث:

يعتبر البحث الحالي من البحوث الوصفية واستخدم الباحثان اسلوب او طريقة المسح وهو الطريقة المناسبة لتقويم النتائج الاحصائية للبحث.

٥- اهداف البحث:

يهدف هذا البحث التعرف على عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية. وحدد الباحثان الاهداف الاتية:

الهدف الاول: التعرف على مدى استخدام عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية.
الهدف الثاني: التعرف على:-

- ا-مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على اساليب التقويم.
- ب- مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على مجالات التقويم.
- ج- مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على تطوير اهدافها من خلال عملية التقويم.
- د- مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على نتائج عملية التقويم في تطوير ادائها.

٦-مجالات البحث:

- ١-المجال البشري: شملت عينة البحث (١٢٠) فردا من الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الكوردية.
- ٢-المجال المكاني: يشمل المجال المكاني المؤسسات الاعلامية الكوردية الاتية: (صحيفة كوردستاني نوى، فضائية(GK) طقلى كوردستان، اذاعة طقلى كوردستان، موقع PUK MEADIA الكترونية، موقع سبتي الكترونية، فضائية KNN، اذاعة طوران).
- ٣-المجال الزمني: استغرقت عملية توزيع الاستمارات وجمع البيانات وتفريغها وتحليلها والاجراءات الميدانية والاحصائية من ٢٠١٣/٣/١٥ الى ٢٠١٣/٦/٢٠.
- ٧-ادوات واساليب البحث:

اعتمد الباحثان على مجموعة من ادوات واساليب مقياس عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية، وقد تم في بناء البحث بالاعتماد على الخطوات التالية:

١-استبانة استطلاعية: اعد الباحثان بناء استبانة استطلاعية وقد تم توزيعها على عينة عشوائية من الصحفيين في المؤسسات الاعلامية الكوردية وقد بلغ عددهم (٣٠) فردا من خلال طرح (٤)اربعة اسئلة استطلاعية.

ب-صياغة فقرات المقياس: مقياس التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية، ومن اجل هذا قام الباحثان ببناء هذا المقياس وجمع اسئلته من خلال استبانة استطلاعية ونظريات وادبيات التقويم، وبنوا اربعة محاور للتقويم وهي محور(الاساليب، والمجالات، والاهداف، والنتائج المترتبة)، وبعد ترتيب المحاور الى بناء مقياس واحد للتقويم وعملية صلاحية المقياس، طبقوا على عينة عشوائية منتظمة

على الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الكوردية.

٨- الصدق الظاهري للمقياس:

تم عرض فقرات المقياس بصيغتها الاولية على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجال الاعلام وعلم الاجتماع وعلم النفس والاحصاء لاصدار حكمهم على صلاحية الفقرات وعدم صلاحيتها وصلاحية البدائل وعددها (٢٨) فقرة. وبعد تحليل اجابات الخبراء تم استخراج قيمة لكل فقرة، ولمعرفة دلالة الفروق بين اراء المحكمين من حيث صلاحية الفقرة او رفضها. وقد بقيت (٢٥) فقرة والتي حصلت على نسبة اتفاق (٨٩) فاكثرت. لذا يعد هذا المقياس صادقاً صادقاً ظاهرياً.

٩- ثبات المقياس:

قام الباحثان بايجاد ثبات مقياس التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية باستخدام معامل « الفا كرونباخ» Alpha Coefficient و طبقت معادلة الفا كرونباخ على افراد العينة البالغ عددهم (١٢٠) مبحوثاً وقد بلغت قيمة معامل ثبات « الفا كرونباخ» للمقياس البحث الحالي (٨٦٪).

١٠- تعليمات المقياس:

من اجل التعليمات الواضحة لدى المبحوثين. طلب الباحثان للمبحوثين بيان رأيهم بوضوح والتأشير بعلامة ^(١) أمام أحد البدائل الخمسة التي حددت في المقياس وهي (دائماً، غالباً، احياناً، نادراً، ابداً)، وبفقرات ايجابية وسلبية وهي موضحة في جدول (٤).

جدول (٤)

الفقرات الايجابية والسلبية للمقياس

الفقرات السلبية	الفقرات الايجابية
٢٠، ١٦، ١٠، ٩، ٦	١٥، ١٤، ١٣، ١٢، ١١، ٨، ٧، ٥، ٤، ٣، ٢، ١
	٢٥، ٢٤، ٢٣، ٢٢، ٢١، ١٩، ١٨، ١٧

ثالثاً: مفاهيم البحث

من الضروري شرح المفاهيم الاساسية الموجودة بالبحث وتوضيحها شرحاً موجزاً. وهذه المفاهيم هي:

١- **التقويم:** مجموعة من الاجراءات العلمية التي تهدف الى تقدير ما يبذل من جهود لتحقيق اهداف معينة في ضوء ما تفق عليه من المعايير وما وضع من تخطيط مسبق والحكم على مدى فاعلية هذه الجهود. بقصد تحسين الاداء ورفع الكفاءة والفعالية ^(١).

ب- **المؤسسات الاعلامية:** يقصد بالمؤسسة الاعلامية ذلك كيان اداري الذي له شخصية معنوية ويقوم بنشاط إعلامي متخصص أو متنوع، ويعمل طبقاً لأهداف مخطط لها، ينفذها أشخاص متخصصون، يستخدمون وسائل معينة، ويعملون بموجب نظام معلوم ^(٢).

ج- **التقويم في المؤسسات الاعلامية:** يقصد بها، وذلك للتأكد من مدى كفاءتهم الانتاجية والتي تتخذ على ضوءها القرارات المتعلقة بشؤونهم الوظيفية ^(٣).

د- **المؤسسات الاعلامية الكوردية:** يقصد بها القنوات الاعلامية كافة العاملة في اقليم

كوردستان العراق ذات الحكم الفدرالي في اطار جمهورية العراق. والمعترف به من قبل حكومة العراق بالاستناد الى نص الدستور العراقي الدائم .

التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية تقع على عاتق مجموعة من الاشخاص من المسؤولين الاداريين والاعلاميين في تلك المؤسسات. وتعتمد المؤسسات الاعلامية الكوردية على مجموعة من الادوات والطرق والاساليب للتقويم.

الجانب النظري للبحث

الفصل الاول: التقويم في المؤسسات

١- التقويم في المؤسسات الادارية:

ان التقويم بشكل عام وفي جميع المؤسسات الادارية سواء أكانت خدمية أو انتاجية له اساسيات ومبادئ؛ وعلى الرغم من أن كيفية التقويم قد تتغير من حقل الى آخر الا انهم يتفقون في الاساسيات والتي يمكن تلخيصها كالآتي:

١/١: مفهوم التقويم

التقويم عملية تطبيق لإجراءات وخطوات علمية لجمع دلائل صادقة وثابتة عن تأثيرات سلوك معين أو نشاط مؤسسي. ولا بد ان تشتمل هذه العملية على قياس النتائج التي احدثتها الأنشطة. ويمكن لعملية التقويم سواء امتدت لوقت طويل أو لوقت قصير فإنه يجب أن يكون له هدف وأن تكون له نتيجة. ولذا فإن التقويم يفيد في تحديد ما إذا كان النشاط قد انتج النتيجة المأمولة أم لا؟ وإذا حصلنا على النتيجة فيفترض ان يكون النشاط ناجحاً إذا لم يتم الحصول على النتيجة فإنه يستنتج ان النشاط كان فاقداً أو ناقصاً^(١).

وعلى الرغم من الاتجاه الايجابي للتقويم. الا ان بعضهم ينظرون اليه بعدم الارتياح حيث يربطون بينه وبين ابراز العيوب وما قد يترتب على ذلك من فقدان بعض المزايا. ولذا ينبغي افهام الممارسين وتبليغهم أن عملية التقويم تستهدف تحسين البرامج وليس القصد منها الانتقام من الناس والحاق الاذى بهم^(١).

٢-١ القياس والتقويم

يعتبر القياس احدي وسائل التقويم المهمة ولا يمكن ان يوجد التقويم دون القياس في أي صورة من صورته^(٢). والقياس مشتق من قاس أي قَدَّر. يقال قاس الشيء بغيره أو على غيره أي قدره على مثله. والقياس بهذا المعنى. ممارسة إنسانية يومية. والعمليات التي نقوم بها من أجل تقدير الاشياء وتستخدم المقاييس لتحديد الفروق الكمية بين الاشياء^(٣).

٣-١ أهمية التقويم

هناك عدة نقاط تبرز من خلالها أهمية التقويم . ويمكن إجمالها في الآتي^(٤):

- ١ : ترجع أهمية التقويم إلى المساعدة في اتخاذ القرارات الصائبة.
- ٢: لأن التشخيص ركن أساسي من أركان التقويم فإنه يساعد القائمين على الادارة على رؤية الميدان الذي يعملون فيه بوضوح وموضعية سواء كان هذا الميدان هو ضمن المدخلات أو العمليات أو المخرجات. أو الخطة . أو حتى العلاقات القائمة بين المؤسسات وغيرها من المؤسسات الأخرى .
- ٣: نتيجة للرؤية السابقة فإن كل مسؤول إداري في موقعه يستطيع أن يحدد نوع العلاج المطلوب لأنواع القصور التي يكتشفها في مجال عمله ما يعمل على تحسينها وتطويرها .

٤: عرض نتائج التقويم على الشخص المقوم. يجعله يدرك موقعه من تقدمه هو ذاته ومن تقدمه بالنسبة لزملائه . وقد يدفعه هذا نحو تحسين أدائه ويعزز أدائه الجيد .

٥: يؤدي التقويم للمجتمع خدمات جليلة . حيث يتم بوساطته تغيير المسار . وتصحيح العيوب . وبها تتجنب الأمة عثرات الطريق . ويقلل من نفقاتها ويوفر عليها الوقت . والجهد المهدورين .

٤-٤ أنواع التقويم

يمكن أن نفرق بين نوعين من التقويم وهما^(١٠):

- ١: التقويم الذاتي. حيث يلجأ الفرد الى مقاييس ذاتية وحدها في عملية التقويم.
- ٢: التقويم الموضوعي. حيث يعتمد اساسا على المقاييس الموضوعية. ولا يلجأ الى المقاييس الذاتية. الا حيث يستدعي الامر ذلك.

٥-١ أساليب التقويم

هناك اساليب عدة للتقويم والتي يمكن حصرها في الآتي^(١١):

١: التقويم التمهيدي (القبلي). هذا النوع من التقويم يتم قبل تجريب أي برنامج اداري للحصول على معلومات أساسية حول عناصره المختلفة. وتأتي أهمية هذا النوع في كونه يعطي الباحثين فكرة كاملة عن جميع الظروف . والعوامل الداخلة في البرنامج .

٢: التقويم التطويري. هذا النوع من التقويم يتم أثناء تطبيق البرنامج بقصد معرفة كيفية سير العمل أثناء جريانه ولا يتم التقويم التطويري إلا إذا كان القائمون على أمره ذوي صلة بالعمل ذاته بحيث . يرون مدى التقدم الذي يتم فيه . أو العقبات التي تعترض طريقه.

٣: التقويم النهائي. يتم هذا التقويم في نهاية العمل لتقويم نتائج المؤسسة بقصد الحكم على التجربة كلها . ومعرفة الإيجابيات التي حققت من خلالها . أو السلبيات التي ظهرت أثناءها . وهذا النوع من التقويم يعقبه نوع من القرارات الحاسمة التي قد تؤيد بالاستمرار في العمل . أو تغييره .

٤: التقويم المتبعي. لم تكن الأنواع السابقة من التقويم التي تمت في بداية عمل المؤسسة . وأثناءه . وبعده هي خاتمة المطاف فقد يتصور البعض أنه نتيجة للتقويم النهائي الذي يحسم الأمر يكون عمل المقومين قد انتهى . ولكن الواقع عكس ذلك . فإن نجاح العملية يقتضي أن يكون هناك تقويم متتابع . ومستمر لما يتم إنجاز . بحيث إنه يمكن التعديل في بعض الآليات المستخدمة في التقويم . أو في بعض الأساليب المتبعة . وفي نفس الوقت يتم قياس النتائج التي تحدث من البرنامج .

٢- التقويم في المؤسسات الاعلامية:

تعد عملية التقويم احدى الركائز الاساسية في نجاح اية مؤسسة اعلامية. لذا تهتم الوسائل الاعلامية خاصة التي تديرها القطاع الخاص أو الشركات الاهلية في الدول الغربية بالتقويم لمعرفة نواحي النقص وكيفية معالجتها. ويخضع المؤسسات الاعلامية فيها في العموم لمقاييس مهنية^(١٢).

وعملية التقويم في أي مسار أو مجال ومن ضمنها مجال الاعلام تعد عملية شائكة ومعقدة. فالتقويم يحتاج إلى عدة أسس وأدوات ووسائل وطرائق. وبرامج علمية حديثة حتى تكتمل مقوماته وعناصره. ولكن تحديد المقاييس لتقويم العملية الاعلامية كونها تتعامل مع مجموعة من المتغيرات تعد من المسائل الصعبة التي لا يمكن تجاوزها تبرز فيها اعتبارات شخصية مهما اعتمد على مقاييس موضوعية^(١٣).

وهذا يتعارض مع الاسس العلمية للتقويم التي ينبغي أن يكون موضوعها بعيدا عن المجاملات والعلاقات الشخصية، ولكن تبقى اشكالية التقويم في المؤسسات موجودة، ولا تكون في بعض الاحيان ذات دلالة ملحوظة بالنسبة لتغير الاتجاهات أة السلوكيات⁽⁴⁾، ومع ذلك لا يمكن اجهال أهمية التقويم في المؤسسات الاعلامية. لذا فإن الوسائل الاعلامية لابد ان يتضع مجموعة من المسائل بنظر الاعتبار اثناء عملية التقويم.

١-٢ مجالات التقويم في المؤسسات الاعلامية

أن عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية تشمل كافة الأجزاء من مدخلات وعمليات ومخرجات، والتي تشمل (فعاليات، مكونات إدارية، وحدات...الخ) التي تنتظم في مركب كلي، تتأزر عناصره الأولية لأداء عمل أو نشاط معلوم⁽⁵⁾.

٢-٢ أدوات وطرق التقويم للمؤسسات الاعلامية

تعتمد القنوات الاعلامية عند عملية التقويم على مجموعة من ادوات القياس ومجموعة من الطرق وكل حسب الحقل المراد تقويمها ومن بينها⁽⁶⁾:

أ/ الإستبيان: وهي مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة المرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الاهداف التي يسعى اليها المقوم على ضوء الموضوع التي اختارها لتقويمه، وترسل الاستفسارات المكتوبة الى مجموعة من الأفراد الذين اختارهم المقوم كعينة، ويكون عدد الأسئلة كثيرة أو قليلة حسب طبيعة الموضوع.

ب/ الملاحظة: وهي المراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة وتسجيل معلومات عنها، والملاحظة كطريقة لجمع المعلومات تتمتع بفوائد فهي تعطي المجال للمقوم ان يلاحظ مايريد تقويمه، وتتطلب هذه الوسيلة تواجد أو قيام المدير المسؤول بزيارة مواقع العمل ولو على فترات متباعدة للوقوف على سير عمليات التنفيذ، الا ان الغلو في استخدام هذه الطريقة تنعكس سلبا ايضا بسبب الضغوط على المنفذين وافتراس عدم الثقة، كما انها تؤدي الى اهدار الوقت المسؤول في نفس الوقت . وكذلك ان الافراط في هذه الوسيلة يحتمل ان يفقد النظرة الشمولية للأعمال من جراء اهتمامه بالتفاصيل الدقيقة لسير العمل في المواقع المختلفة.

ج/ المقابلة: تعد المقابلة من الوسائل الفعالة للحصول على المعلومات والبيانات، فهي بمثابة استبيان شفوي ويعطي المستجوب معلومات شفوية حول مغزى الظاهرة التي يراد تقويمها ولكن يشترط للمقوم أن يكون ملما بكيفية إجراء المقابلات وأن يتمتع بمجموعة من الصفات المطلوبة كالحياد والدقة والموضوعية.

د/ تحليل المضمون: يعد تحليل المضمون من الأساليب الأساسية لتقويم الرسالة الاعلامية التي تحتل مكاناً مركزيا في العملية الاعلامية بصفتها الرمز الفعلي الذي يجري توصيله بين المصدر الذي كوّنها والهدف النهائي الذي يستقبلها، والرسالة هي نتاج لعدة قوى بعضها واضح وحاضر وبعضها الآخر غامض وبعيد يحتاج الى التحليل والتفسير.

هـ: فحص السجلات وأوامر العمل: ويهدف الى تقويم في ما وراء الأرقام والبيانات أو الظاهرة والتحرري عن الأسباب الحقيقية التي أدت الى وجودها عن طريق السجلات والاوامر التي قررتها المؤسسة، ويحتوي فحص السجلات على عدة انواع كالتحليل الاحصائي ودراسات الوقت والتقارير الادائية وبرامج تدريب الموظفين ودرجة الكفاءة.

و/ تحليل النظم ومتابعة تطبيق الإجراءات: من خلاله حاول تقويم النظم السائدة ومدى الالتزام العملية بالسياسات الادارية.

ز/ التقارير: وهي تعتبر الوسيلة الرئيسة للإتصال بين الرئيس والمرؤوس وكذلك بين الادارة والمستويات التنفيذية المختلفة. وتوجد اسس متعرف عليها في اعداد التقارير حتى تتحقق الغرض منها. كما ينبغي أن تتميز بالدقة والشمول في الغرض.

ح/ المقارنة: تقوم هذا الاداة على مقارنة اداء الافراد بصورة اجمالية بعضهم مع البعض وترتيبهم تنازليا وفقا لنتائج المقارنة. طبقا لمحكات الخبرة ومستويات الإبداع وأجأهاته باعتماد آراء الخبراء المتخصصين.

ط/ الاجتماعات الدورية: وهي طريقة لتقويم اداء المؤسسات الاعلامية وعادة تشترك فيها مجموعة من الاعضاء البارزين في المؤسسة. وحيانا تشترك فيها خبراء ومختصون.

ي: التعليمات والتوجيهات: هذه الطريقة عادة طريقة فوقية. حيث تصدر من جهات عليا كقرارات وينبغي تطبيقها.

٣-٢ مجالات التقويم في المؤسسات الاعلامية

هناك عدة مجالات يمكن تقويمها في المؤسسات الاعلامية. وبلا شك إن تقويمها وتحديد نواحي الضعف فيها وايجاد الحلول لها يؤدي الى تحسين سير العملية الاعلامية بصورة عامة. ويمكن تحديد اهم المجالات الرئيسة التي تخضع للتقويم على النحو الاتي:

١: تقويم المرسل. وتعتبر المرسل أو القائمون بالعملية الاعلامية من العناصر الاساسية والرئيسة في الجأح أي وسيلة اعلامية لذا يفترض إخضاع هذا العنصر الى التقويم بهدف التعرف على مستوى المهارات الاتصالية وكيفية تعامله مع المستقبل والرسالة الاعلامية من حيث التفكير والكلام والاستماع. والكتابة والفهم والتحليل والتي تعتبر من المهارات التي ينبغي أن يتمتع بها المرسل^(١٧). وعادة يخضع المرسل عند انضمامه للمؤسسة الاعلامية الى تقويم تمهيدي. وكذلك ينبغي تقويم نتاجات المرسل من المراحل الاخرى.

٢: تقويم الرسالة الاعلامية. يستخدم عادة لتقويم الرسالة الاعلامية طريقة تحليل المضمون بهدف التعرف على توجهاتها الرئيسة كيفية تغطية الاحداث وتعاملها مع الاحداث بصورة واضحة وصحيحة ودقيقة ومدى التزامها بالخصائص التي جعلها ناجحة. كما وعن طريق تقويم الرسالة الاعلامية يتبين مدى غياب التوازن الموضوعي والقيمي فيها والتي تؤدي في اغلب الاحيان الى اضرار العشوائية واللامسئولية فيها بما تسبب في ارباكها وعدم فاعليتها^(١٨).

٣: تقويم القناة. والهدف من هذا التقويم توضيح موقع المؤسسة الاعلامية على الخريطة الاعلامية ومقارنتها بالوسائل الاخرى وطبيعة الدور التي تقوم بها ومدى قدرتها في ايصال الهدف التي تعمل من اجلها. وكيفية عمل عناصرها الرئيسة ومدى ملائمتها والتحديات التي تواجهها والتي هي (التشريع. التنظيم. التمويل. التدريب. الرقابة)^(١٩).

بصورة عامة لتقويم وسائل الاعلام الجماهيري يعتمد على الاسئلة (٣) الرئيسة الاتية: (٢٠)

١-ما تاثير المجتمع على وسيلته الاعلامية؟ و ماالبيئة السياسية والاقتصادية والثقافية التي يمارس فيها الاعلاميون عملهم

ب- كيف تتم مهنة الاعلام؟

ج- ما هي دور وتأثيرات وسائل الاعلام على الجماهير؟ وهل لها اثار سايكولوجية واجتماعية وثقافية؟

د: تقويم المتلقي: بما أن القنوات الاعلامية بشكل عام تفتقر الى رجع الصدى ينبغي على القنوات الاعلامية القيام بعملية تقويم لمعرفة ردود الافعال التي تصدر عن المتلقي. لأنه ومن خلالها يستطيع المؤسسة الاعلامية كشف مدى نجاح الرسالة في تحقيق اهدافها ومدى تقبل المتلقي لها. كما وأن النتائج التي حصل عليها المؤسسة الاعلامية تساعد على ادخال التعديلات الضرورية التي تؤدي الى ضبط الرسالة وزيادة فعاليتها بحيث تتناسب بصورة أكبر مع الاطار المرجعي للمتلقي. مما يؤدي بدوره الى رفع كفاءة العملية الاتصالية^(١).

الجانب الميداني للبحث

الفصل الثاني

عرض نتائج البحث وتفسيرها

يوضح هذا الجزء الميداني الخطوات العملية التي اتبعها الباحثان اثناء الاجراءات الميدانية للبحث. ويتضمن هذا الجزء الميداني عرضاً للنتائج التي توصل اليه الباحثان وفق مقياس التقويم للمؤسسات الاعلامية الكوردية وتفسير هذه النتائج حسب الاهداف المحددة في هذا البحث.

الهدف الاول: التعرف على مدى استخدام عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية:

بهدف الوصول للهدف الرئيسي للبحث. استخراج الباحثان المتوسط الحسابي للمقياس والبالغ ٧٦,٤٧٥ وفيما بلغ الانحراف المعياري ٤,٥٤٩. وفيما بلغ المتوسط الفرضي البالغ ٧٥ درجة بمقارنة هذا المتوسط مع الانحراف المعياري للمقياس باستخدام الاختبار التائي (t.test) لعينة واحدة. وقد تبين ان القيمة التائية المحسوبة ٣,٥٥١ والتي هي اكبر من القيمة التائية الجدولية ١,٦٦٠. تبين انه دال احصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٥. انظر الى الجدول (٥).

ومن اجل التعرف على وجود التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية فقد استعمل الباحثان الاختبار التائي (t-test) لمعرفة ذلك. وتبين من ذلك ممارسة عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية. والجدول (٥) يبين ذلك. وبهذه النتيجة تكون قد تحقق هذا الهدف باستخدام عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية.

الجدول (٥)

نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لاجابات افراد العينة على مقياس التقويم

مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاختبار التائي		الانحراف المعياري	المتوسط (المعياري) الفرضي	المتوسط الحسابي (الحقيقي)**	العينة
		الجدولية	المحسوبة				
٠,٠٥	١١٩	١,٦٦٠	٣,٥٥١	٤,٥٤٩	٧٥	٧٦,٤٧٥	١٢٠

يوضح هذا بان عملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية عادة تقع على عاتق مجموعة من الاشخاص. وتبلور تقويمهم شكل عام على اساس ملاحظاتهم الشخصية أو التوجيهات

والتعليمات أو المقترحات والآراء التي وصلت اليهم. وهذه النتيجة تؤكد على وجود اساليب ومجالات واعتمادها على تطوير اهدافها وتطوير اداء نتائجها من خلال عملية التقويم.
في ضوء هذه النتائج يمكن ان يلخص الباحثان التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية على النحو الآتي:

أ/ الرئيس الاول: وهي اكثر الاساليب استخداما ويقوم الرئيس المباشر بتقويم الكوادر الاعلامية. والرسائل والجمهور وكيفية التعامل وتغير الخطط. ويبني توجهاته على اساس خبرته الشخصية وكذلك يستفيد من آراء كوادره الاعلامية وجماهير المؤسسة في الخارج. وكذلك عن طريق مقارنة مؤسسته بالمؤسسات الاخرى على الساحة الاعلامية.

ب/ رؤساء الاقسام: يقومون بتقويم اداء الكوادر الموجودة في اقسامهم. وكذلك وعن طريق الملاحظة يبنون الآراء في محاولة لسد الثغرات. وتطهير المؤسسة.

ج/ الكوادر الاعلامية: بحكم عملهم فان الكوادر الاعلامية هم ادري بشؤونهم وادائهم الوظيفية. وكذلك اداء زملائهم لذلك يعطون آراءهم للرؤساء بهدف التقويم. واحيانا فإن الكوادر الاعلامية تقوم بتقويم انفسهم بشكل ذاتي لتحديد نقاط الضعف والقوة ولكي يحسنوا ادائهم.

ومع ان هؤلاء لديهم مسؤولية التقويم قد يكون عملهم احيانا موثوقا وناجحا. الا ان عليهم ان يكونوا على دراية تامة بالجوانب المختلفة ويكونوا مؤهلين غير منحازين. وينبغي أن لا يتأثروا بالعلاقات الشخصية والمجاملة.

و لغرض معرفة الوسط المرجع لكل الفقرات ورتبها والاختبار التائي قام الباحثان بجمع بدائل كل الفقرات وتم استخراج الوسط المرجع لكل الفقرات (١١). وتم رتب مراتب وسط المرجع للفقرات تنازليا اي من الوسط المرجع الاكبر الى الاصغر. ويجب ان وسط المرجع لا يقل على ٣ وبمعنى ان الفقرات التي اتت تحت ٣ غير دالة ولم يعط له المبحوثون قيمة ملائمة. واعلى الوسط المرجع في المقياس هي الفقرة رقم ٢٣ (السعي الى زيادة جمهور القناة) قيمته هي ٣,٥٥. وادنى الوسط المرجع في المقياس هي الفقرة رقم ٢٠ (عدم صرف مكافئات مالية للاعلاميين الاكفاء) قيمته هي ٢,٦١. ولم اتى الفقرات الستة الاتية (١, ٨, ١٦, ١٢, ١٠, ٦, ٢٠) الوسط المرجع الملائم للمقياس لدى استجابات المبحوثين. انظر الى الجدول (٦, ٧).

واجرى الباحثان استخراج المتوسط الحسابي والمتوسط المعياري (الفرضي) والانحراف المعياري لكي يطبق قانون الاختبار التائي (t-test) للمقياس عند درجة الحرية ١١٩ ومستوى الدلالة ٠,٠٥ لاجل معرفة دالة او غير دالة لعملية التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية. وقد قام الباحثان باستخراج الخصائص الوصفية الاحصائية للمقياس. انظر الى الجدول (٥).

الجدول (١)
الوسط المرجع للفقرات

ت	الفقرات	الوسط المرجع
١	تقوم باعداد الدراسات والبحوث بشأن العملية الاعلامية	٢,٧١
٢	رفع الاداء الوظيفي للقائم بالاتصال من حيث التواجد و الالتزام	٣,٣٦
٣	ابتكار طرق جديدة لتحسين الانتاج الاعلامي	٣,٤٢
٤	محاسبة بعض العاملين	٣,٤٤
٥	ضعف متابعة التقارير الخاصة بدوام وعمل العاملين في المؤسسة الاعلامية	٣,١
٦	عدم التركيز على جمالية الرسالة الاعلامية من الناحية الفنية و الشكلية	٢,٦٤
٧	التعرف على نقاط الضعف والقوة لتعزيز والاستمرار	٣,٣٣
٨	تغيير رؤساء الاقسام	٢,٩٧
٩	عدم وجود اسلوب محدد لتقويم عمل المؤسسة	٣,٢٨
١٠	عدم التزام الرسالة الاعلامية بالسياسة العامة للمؤسسة	٢,٦٧
١١	التعرف على المشاكل التقنية للمؤسسة	٣,٤٧
١٢	فصل بعض الاعلاميين	٢,٧٥
١٣	تاخذ براء الاداريين ومقترحاتهم بتطوير عمل في المؤسسة	٣,٣٣
١٤	تحديد موقع المؤسسة الاعلامية على الخريطة الاعلامية	٣,٠٦
١٥	اعتماد خطط وبرامج موضوعية في اداء عمل المؤسسة	٣,٥٣
١٦	عدم مشاركة الاعلاميين في الدورات و التدريب المهني	٢,٨٦
١٧	مقارنة اداء عمل المؤسسة بمؤسسات اخرى ماثلة	٣,١٧
١٨	مساهمة القائم بالاتصال في جودة البث وسهولة الوصول الى الجماهير	٣,٢٥
١٩	تحديد الموارد البشرية والمادية اللازمة لعمل المؤسسة	٣,١٦
٢٠	عدم صرف مكافآت مالية للاعلاميين الاكفاء	٢,٦١
٢١	اجراء مراجعة دورية لتقويم عمل المؤسسة	٣,٢٣

٣,٢٠	تلبية المؤسسة الاعلامية احتياجات المتلقي	٢٢
٣,٥٥	السعى الى زيادة جمهور القناة	٢٣
٣,٢٠	اقتصار المكافئات على رؤساء الاقسام	٢٤
٣,١٥	مكافاة الاعلاميين القريبين من الادارة	٢٥

الجدول (٧)

الرتب حسب الوسط المرجع للفقرات

الرتبة	الوسط المرجع	رقم الفقرة
١	٣,٥٥	٢٣
٢	٣,٥٣	١٥
٣	٣,٤٧	١١
٤	٣,٤٤	٤
٥	٣,٤٢	٣
٦	٣,٣٦	٢
٧	٣,٣٣	٧
٨	٣,٣٣	١٣
٩	٣,٢٨	٩
١٠	٣,٢٥	١٨
١١	٣,٢٣	٢١
١٢	٣,٢٠	٢٢
١٣	٣,٢٠	٢٤
١٤	٣,١٧	١٧
١٥	٣,١	٥
١٦	٣,١٦	١٩
١٧	٣,١٥	٢٥
١٨	٣,٠٦	١٤

١٩	٢,٩٧	٨
٢٠	٢,٨٦	١٦
٢١	٢,٧٥	١٢
٢٢	٢,٧١	١
٢٣	٢,٦٧	١٠
٢٤	٢,٦٤	٦
٢٥	٢,٦١	٢٠

٢- الهدف الثاني: التعرف على:-

-مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على اساليب التقويم:

لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثان الوسط المرجع وذلك لتحديد الفقرات الايجابية والسلبية التي تحققت مستوى اعلى من وسط المرجع البالغ (٣) والجدول رقم (٨) يحدد ذلك.
الجدول (٨)

الوسط المرجع لاجابات افراد العينة لفقرات المقياس لمحور(اساليب التقويم)

الرتبة	الوسط المرجع	الفقرة	رقم الفقرة في المقياس
١	٣,٣٣	تاخذ باراء الاداريين ومقترحاتهم بتطوير عمل في المؤسسة	١٣
٢	٣,٢٨	عدم وجود اسلوب محدد لتقويم عمل المؤسسة	٩
٣	٣,٢٣	اجراء مراجعة دورية لتقويم عمل المؤسسة	٢١
٤	٣,١٧	مقارنة اداء عمل المؤسسة بمؤسسات اخرى مماثلة	١٧
٥	٣,١	ضعف متابعة التقارير الخاصة بدوام وعمل العاملين في المؤسسة الاعلامية	٥
٦	٢,٧١	تقوم باعداد الدراسات والبحوث بشأن العملية الاعلامية	١

وقد تبين من جدول رقم (٨). ان الفقرة (١٣) ووسطها المرجع هي (٣,٣٣) قد احتلت المرتبة الاولى. والفقرة (٩) ووسطها المرجع هي (٣,٢٨) قد احتلت المرتبة الثانية. والفقرة (٢١) ووسطها المرجع هي (٣,٢٣) قد احتلت المرتبة الثالثة. والفقرة (١٧) ووسطها المرجع هي (٣,١٧) قد احتلت المرتبة الرابعة. والفقرة (٥) ووسطها المرجع هي (٣,١) قد احتلت المرتبة الخامسة. والفقرة (١) ووسطها المرجع هي (٢,٧١) هي اقل من الوسط المرجع (٣) لم يتحقق هدفها وقد احتلت المرتبة السادسة.

وتبين من تلك النتائج من محور اساليب التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية واكثرها هي ممارسة ضعف متابعة التقارير الخاصة بدوام وعمل العاملين في المؤسسة الاعلامية هي قليلة في

اساليب عملية التقويم.
وتأخذ اساليب التقويم الأخرى في المؤسسات الاعلامية الكوردية كجزء من عملية التقويم من قبل رؤساء الاعلاميين والاداريين مثل مقترحات او عدم وجود اسلوب محددة ومراجعة دورية ومقارنتهم بمؤسسات اعلامية اخرى.
وتبين من هذه النتيجة ان المؤسسات الاعلامية الكوردية نادرا ما تقوم او لا تقوم باعداد الدراسات والبحوث بشأن العملية الاعلامية.
ب- مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على مجالات التقويم:
لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثان الوسط المرجع وذلك لتحديد الفقرات الايجابية والسلبية التي تحققت مستوى اعلى من وسط المرجع البالغ (٣) والجدول رقم (٩) يحدد ذلك.

الجدول (٩)

الوسط المرجع لاجابات افراد العينة لفقرات المقياس لمحور(مجالات التقويم)

الرتبة	الوسط المرجع	الفقرة	رقم الفقرة في المقياس
١	٣,٣٦	رفع الاداء الوظيفي للقائم بالاتصال من حيث التواجد والالتزام	٢
٢	٣,٢٥	مساهمة القائم بالاتصال في جودة البث وسهولة الوصول الى الجماهير	١٨
٣	٣,٢٠	تلبية المؤسسة الاعلامية احتياجات المتلقي	٢٢
٤	٣,٠٦	حدد موقع المؤسسة الاعلامية على الخريطة الاعلامية	١٤
٥	٢,٦٤	عدم التركيز على جمالية الرسالة الاعلامية من الناحية الفنية والشكلية	٦
٦	٢,٦٧	عدم الالتزام الرسالة الاعلامية بالسياسة العامة للمؤسسة	١٠

وقد تبين من جدول رقم (٩). ان فقرة (٢) ووسطها المرجع هي (٣,٣٦) قد احتلت المرتبة الاولى. والفقرة (١٨) ووسطها المرجع هي (٣,٢٥) قد احتلت المرتبة الثانية. والفقرة (٢٢) ووسطها المرجع هي (٣,٢٠) قد احتلت المرتبة الثالثة. والفقرة (١٤) ووسطها المرجع هي (٣,٠٦) قد احتلت المرتبة الرابعة. والفقرة (٦) ووسطها المرجع هي (٢,٦٤) قد احتلت المرتبة الخامسة. والفقرة (١٠) ووسطها المرجع هي (٢,٦٧) قد احتلت المرتبة السادسة.

ولان الفقرة (٦). (١٠) هما من الفقرات السلبية الذي يبدأ اوزانها ورتبها من الاصغر الى الاكبر لذا ارتقى الى المستوى المطلوب.

وتبين من تلك النتائج من محور مجالات التقويم في المؤسسات الاعلامية الكوردية واكثرها هي تواجدهم والالتزام الاعلاميين بمؤسستهم الاعلامية لان تلك المؤسسات لها تعليمات مسبقة

للاعلاميين. ومجالات اخرى للتقويم هي مساهمتهم مع الجمهور وتلبية حاجاتهم وتحديد موقعهم على الساحة الاعلامية لان يوجد مؤسسات اخرى منافسة وتقديم المحتوى الاجمل والافضل للجمهور والالتزام بالسياسة الاعلامية لان المؤسسات الاعلامية الكوردية قد يحكم عليهم عوامل بيئية متعددة منها سياسة المؤسسة.

ج- مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على تطوير اهدافها من خلال عملية التقويم: لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثان الوسط المرجع وذلك لتحديد الفقرات الايجابية التي حققت مستوى اعلى من وسط المرجع البالغ (٣) والجداول رقم (١٠) يحدد ذلك.

الجدول (١٠)

الوسط المرجع لاجابات افراد العينة لفقرات المقياس لمحور(اهداف التقويم)

الرتبة	الوسط المرجع	الفقرة	رقم الفقرة في المقياس
١	٣,٥٥	السعي الى زيادة جمهور القناة	٢٣
٢	٣,٥٣	اعتماد خطط وبرامج موضوعية في اداء عمل المؤسسة	١٥
٣	٣,٤٧	التعرف على المشاكل التقنية للمؤسسة	١١
٤	٣,٤٢	ابتكار طرق جديدة لتحسين الانتاج الاعلامي	٣
٥	٣,٣٣	التعرف على نقاط الضعف والقوة للتعزيز والاستمرار	٧
٦	٣,١٦	حدد الموارد البشرية والمادية اللازمة لعمل المؤسسة	١٩

وقد تبين من جدول رقم (١٠). ان فقرة (٢٣) ووسطها المرجع هي (٣,٥٥) قد احتلت المرتبة الاولى. والفقرة (١٥) ووسطها المرجع هي (٣,٥٣) قد احتلت المرتبة الثانية. والفقرة (١١) ووسطها المرجع هي (٣,٤٧) قد احتلت المرتبة الثالثة. والفقرة (٣) ووسطها المرجع هي (٣,٤٢) قد احتلت المرتبة الرابعة. والفقرة (٧) ووسطها المرجع هي (٣,٣٣) قد احتلت المرتبة الخامسة. والفقرة (١٩) ووسطها المرجع هي (٣,١٦) قد احتلت المرتبة السادسة.

وتبين من تلك النتائج من محور اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على تطوير اهدافها من خلال عملية التقويم واكثرها هي السعي الى زيادة جمهورهم لان اي قناة اعلامية اذا لم يتعرض لها افراد المجتمع الكوردي لا تحظى بالاهتمام والتذكر والادراك والادراك والقرار النهائي لهم. ومن ثم تسعى الى اهداف اخرى مثل خطط في ادارة عمل المؤسسة الاعلامية واستخدام التقنيات الاتصالية الجديدة والانتاج الاعلامي وايجاد نقاط القوة والضعف لكي يبنوا خطتهم تحت ضوء هذا والتخطيط لتحديد مصادر تشغيل المؤسسة من الناحيتين البشرية والمادية.

د- مدى اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على نتائج عملية التقويم في تطوير ادائها:
لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثان الوسط المرجع وذلك لتحديد الفقرات الايجابية والسلبية
التي تحققت مستوى اعلى من وسط المرجع البالغ (٣) والجدول رقم (١١) يحدد ذلك.

الجدول (١١)

الوسط المرجع لاجابات افراد العينة لفقرات المقياس لمحور(نتائج التقويم)

الرتبة	الوسط المرجع	الفقرة	رقم الفقرة في المقياس
١	٣,٤٤	محاسبة بعض العاملين	٤
٢	٣,٢٠	اقتصار المكافئات على رؤساء الاقسام	٢٤
٣	٣,١٥	مكافاة الاعلاميين القريبين من الادارة	٢٥
٤	٢,٦١	عدم صرف مكافئات مالية للاعلاميين الاكفاء	٢٠
٥	٢,٧٥	فصل بعض الاعلاميين	١٢
٦	٢,٨٦	عدم مشاركة الاعلاميين في الدورات و التدريب المهني	١٦
٧	٢,٩٧	تغيير رؤساء الاقسام	٨

وقد تبين من جدول رقم (١١). ان فقرة (٤) وسطها المرجع هي (٣,٤٤) قد احتلت المرتبة الاولى. والفقرة (٢٤) وسطها المرجع هي (٣,٢٠) قد احتلت المرتبة الثانية. والفقرة (٢٥) وسطها المرجع هي (٣,١٥) قد احتلت المرتبة الثالثة. والفقرة (٢٠) وسطها المرجع هي (٢,٦١) قد احتلت المرتبة الرابعة. والفقرة (١٢) وسطها المرجع هي (٢,٧٥) قد احتلت المرتبة الخامسة. والفقرة (١٦) وسطها المرجع هي (٢,٨٦) قد احتلت المرتبة السادسة. والفقرة (٨) وسطها المرجع هي (٢,٩٧) قد احتلت المرتبة السابعة.

وان الفقرة (٨). (١٢) لم ترتق الى المستوى المطلوب وهي فصل بعض الاعلاميين وتغيير رؤساء الاقسام. اي اضافة الى وجود عملية التقويم فان المؤسسات الاعلامية الكوردية لم تتخلص من البيئه الاجتماعية والسياسية والعلاقات الشخصية. والفقرة (١٦). (٢٠) هما من الفقرات السلبية التي تبدأ اوزانها ورتبها من الاصغر الى الاكبر لذا ارتقى الى المستوى المطلوب وهو صرف مكافئات مالية للاعلاميين النشطين ومشاركة الاعلاميين في الدورات.

وتبين من تلك النتائج من محور اعتماد المؤسسات الاعلامية الكوردية على نتائج عملية التقويم في تطوير ادائها هي محاسبة الاعلاميين غير الاكفاء وهي في اغلب الاحيان محاسبة شفوية. وصرف المكافئات للرؤساء الاقسام والقريبين من المسؤولين في تلك المؤسسات. وهذا يدل على مزاجية المسؤولين الاداريين والاعلاميين تجاه جمهورهم الداخلي في مؤسساتهم الاعلامية.

استنتاجات البحث وتوصياته ومقترحاته**اولاً: استنتاجات البحث**

استعمل الباحثان في هذا البحث الاساليب المنهجية والعلمية لتسليط الضوء على التقويم في المؤسسات الاعلامية من خلال البحث بجانبه النظري والميداني. واستنتج الباحثان بعد مناقشة النتائج وفي ضوء اهداف هذا البحث ما يأتي:

١- الجانب النظري

١-١) تعد عملية التقويم في أنشطة وبرامج المؤسسات الادارية ومن ضمنها المؤسسات الاعلامية الخطوة الأساسية في عملية التخطيط الاستراتيجي لضمان الجودة وتحسينها.

١-٢) التقويم له اساسياته ومبادئه تعتمد على الشواهد والبراهين المادية وليس على مجرد الانطباعات أو المعلومات غير الدقيقة.

١-٣) التقويم يحدد جوانب القوة التي ينبغي المحافظة عليها وتطويرها وجوانب الضعف التي ربما تحتاج إلى التحسين أو إلغائها.

١-٤) ان عملية التقويم تواجه صعوبات في مجال الاعلام. الا انه لا يمكن الاستغناء عنه. ولكن المؤسسات الاعلامية تختلف من حيث سياساتها في نوعية قيامها بالتقويم. خاصة في الدول النامية فإن المؤسسات الاعلامية كونها تعمل في اطر سياسية واقتصادية واجتماعية مختلفة على الضد من المؤسسات الاعلامية في الدول المتقدمة فإن التقويم بشكلها الصحيح تواجه صعوبات.

١-٤) المؤسسات الاعلامية في اقليم كوردستان لا يمكن النظر اليها بمعزل عن التأثيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. لذلك فإن عملية التقويم في تلك المؤسسات لازالت في بداياتها. وان التأثيرات الشخصية والسياسية لازالت سائدة ومسيطره فيها.

٢- الجانب الميداني:

٢-١) تبين من خلال مقياس الدراسة ان المؤسسات الاعلامية الكوردية يستخدم عملية التقويم في مؤسساتها.

٢-٢) تعتمد المؤسسات الاعلامية الكوردية على اساليب التقويم وذلك من خلال مقترحات الاداريين واجراء مراجعة دورية ومقارنة المؤسسة بمؤسسات اخرى ولكن نادرا ما تقوم باجراء البحوث والدراسات.

٢-٣) يعتمد المؤسسات الاعلامية الكوردية على مجالات التقويم وذلك من خلال التواجد و الالتزام وتلبي احتياجات الجماهير ورفع موقع المؤسسة الاعلامية وجمالية الرسالة الاعلامية.

٢-٤) يعتمد المؤسسات الاعلامية الكوردية على تطوير اهدافها من خلال عملية التقويم وذلك باعتمادها على خطط وبرامج موضوعية و التعرف على المشاكل التقنية للمؤسسة و التعرف على نقاط الضعف والقوة و تحديد الموارد البشرية والمادية للمؤسسة.

٢-٥) تعتمد المؤسسات الاعلامية الكوردية على نتائج عملية التقويم في تطوير ادائها وذلك من خلال محاسبة بعض العاملين وعدم اقتصار المكافآت على رؤساء الاقسام و صرف مكافآت مالية للاعلاميين الكفاء ومشاركة الاعلاميين في الدورات والتدريب المهني.

ثانيا: توصيات البحث:

- تحت ضوء الاستنتاجات يوصي الباحثان بما يأتي:
- ١- يوصي الباحثان للمؤسسات الاعلامية الكوردية أن لا يتأثروا بالعلاقات الشخصية والمجاملة وان يكونوا غير منحازين اثناء عملية التقويم.
 - ٢- يوصي الباحثان للمؤسسات الاعلامية الكوردية متابعة التقارير الخاصة بدوام وعمل العاملين في المؤسسة الاعلامية لانه جزء من اساليب عملية التقويم.
 - ٣- يوصي الباحثان المسؤولين الاداريين والاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الكوردية ان لا يكونوا مزاجيين تجاه جمهورهم الداخلي في مؤسستهم الاعلامية.
- ثالثا: مقترحات البحث:
- يقترح الباحثان ما يأتي:
- ١- القيام باجراء بحوث ودراسات حول عملية التقويم في مجال الرسالة او الوسائل الاعلامية او المتلقي.
 - ٢- القيام باجراء بحوث ودراسات باستعمال المقياس حول عملية التقويم وايجاد الفروق بين المؤسسات الاعلامية الكوردية ومؤسسات اعلامية اجنبية.

المصادر

١. ابراهيم سعيد فتح الله. الوظيفة الاخبارية للقنوات التلفزيونية الفضائية في اقليم كوردستان. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة السليمانية. كلية العلوم الانسانية. قسم الاعلام. ٢٠٠٧. ص ص ١٦٨-١٧٢ .
٢. اسماء الخبراء والمتخصصين لصدق المقياس:

 - - الاستاذ الدكتور محمود محمد سلمان. جامعة ديالة. كلية التربية الاساسية. اختصاص علم الاجتماع.
 - - الاستاذ المساعد الدكتور عدنان عبدالمنعم ابوالسعد. جامعة بغداد. كلية الاعلام. اختصاص الاعلام.
 - - الاستاذ المساعد الدكتور سعد مطشر عبدالصاحب. جامعة بغداد. كلية الاعلام. اختصاص الاعلام.
 - - الاستاذ المساعد الدكتور باقر العاني. جامعة بغداد. كلية الاعلام. اختصاص الاعلام.
 - - المدرس المساعد حسن فخرالدين. جامعة السليمانية. كلية التربية الاساسية. اختصاص علم النفس.

٣. د.مردان الوجوع. د.سمير ابو مغلي. علم النفس التربوي. المدخل الى علم النفس التربوي. (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. ٢٠٠٤). ص ٢٦١.
٤. أ. د. حارث عبود. إدارة المؤسسات الإعلامية. محاضرات لطلبة مرحلة الدكتوراه. الاكاديمية العربية في الدانمارك:
5. (www.ao-academy.org/wesima_articles/audio_library11-3-2013)
٦. د. موسى خليل. الادارة المعاصرة. (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسا النشر والتوزيع. ٢٠٠٥). ص ١٩٥.
٧. الدستور العراقي الدائم. المادة ١١٣.
٨. د. محمد يوسف. د. حنان جنيد. ادارة وتخطيط العلاقات العامة. مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح. القاهرة. ٢٠٠٠. ص ص ١٧٧- ١٧٨.
٩. المصدر نفسه. ص ص ١٧٨ .
١٠. د. كريم شريف قةرضة تاني. خولى رباطاكاني شياندى وانه وتنةوة. ئؤفيسي ياريدة دةرى سةرؤكي زانكوؤ بؤكارو باري خويندى بالاو تويذينة وةى زانستى. زانكوؤي سليمانى . ٢٠٠٨. ل ٣
١١. د.صالح محمد علي. علم النفس التربوي. (عمان: معهد اليونسكو. ٢٠٠٨). ص ص ٣٩٧-٣٩٨.
١٢. ((ينظر:

 - - جمال حمد عبدالرحمن الثنيان. اساليب التنمية المهنية وتقوم الاداء. وزارة التربية بدولة الكويت (http://www.moe.edu.kw/pages/sectors/03/03/files/5-4-2013)
 - - د. محمود يوسف وآخرون. مصدر سابق. ص ص ١٧٩-١٨٠ .
 - ١٣. د. كريم شريف قةرضة تاني. مصدر سابق. ص ١ ..
 - ١٤. أ.د. رضا مسعد السعيد. مشروع تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس والقيادات. جامعة المنوفية. (http://195.246.41.34/foep/project.doc)

١٥. مساعد بن مبروك الحجيلي ، إعلام الدول الشمولية ودور الإعلام الشمولي. صحيفة الشرق الاوسط اللندنية، السبت ١٧ ذو القعدة ١٤٢١ هـ - ١٠ فبراير ٢٠٠١ العدد (٨١١٠).
١٦. د. فريد النجار، تكنولوجيا الادارة المعاصرة في ظل العولمة. الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٧. ص ٥٠٧.
١٧. أليسون فيكر، دليل العلاقات العامة، ترجمة عبدالحكم أحمد الخزامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٣٩٤.
١٨. أ. د. حارث عبود، مصدر سابق.
١٩. ينظر:
- - أليسون فيكر، مصدر سابق، ص ٣٩٢.
 - - د. أسامة كامل، عبدالغني حامد، مقدمة في الادارة، مؤسسة لورد للشؤون الجامعية، البحرين، ٢٠٠٦، ص ٢٠٣-٢٠٤.
 - - شيماء ذوالفقار، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩)، ص ١٣٨.
 - - مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد ابوبكر، مناهج البحث العلمي، وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، (الاسكندرية: دار الوفاء للطباعة والنشر، ٢٠٠٧)، ص ٩٥.
 - - د. راشد عماد الدوسري، القياس والتقويم التربوي الحديث، (عمان: دار الفكر، ٢٠٠٤)، ص ٢٤٠-٢٤٩.
٢٠. د. تيسير مشاركة، مدخل الى الدراسات الاعلامية، منشورات بيت المقدس، رام الله، ٢٠٠٢، ص ٣٢.
٢١. د. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، التربية الإعلامية الأسس والمعالم، ورقة مقدمة «للمؤتمر الدولي الأول للتربية الاعلامية ٢٠٠٧، 2007, Monday3_03.doc, www.meduconf.com/uploader/Pdf/
٢٢. د. أمين سعيد عبد الغني، ادارة المؤسسات الاعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، يتراكم للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٥٤.
٢٣. (الدكتور حسن عماد مكاوي، الدكتورة ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨)، ص ١١٢-١١٣).
٢٤. د. عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، الطبعة الخامسة، عمان، ٢٠٠٣، ص ٨٢.
- *البدائل هي: دائها (٥) غالباً(٤) احيانا (٣) نادراً(٢) ابدا (١)، مجموع الاوزان=١٥، الوسط الفرضي(المتوسط المعياري)=مجموع الاوزان/عدد البدائل=١٥/٣=٥، وبهذا ٢٥(عدد الفقرات)=٧٥
 - ** المتوسط الحسابي = مجموع درجات او البيانات / عدد افراد العينة، اي جمع كل بدائل الفقرات عمودياً بعد ضربها باوزانها / يقسم على عدد العينة(١٢٠)، ولذا ١٢٠ / ٩٢٢٥ = ٧٧,٥٧٥
 - *** الوسط المرجع= مجموع بدائل للفقرة الواحدة/ عدد العينة.