



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للإعلام الجديد

تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية باستخدام المقارنة المرجعية للإعلام
الجديد (دراسة تحليلية في جريدة الزمان)

**Performance evaluation of vocational and administrative
institutions in the media using the benchmarking of new media
(analytical study in the Journal of time)**

م.د. حنان عبد الله حسن العنار
جامعة بغداد/ كلية الاعلام

المستخلص

يوفر أسلوب المقارنة المرجعية أفضل ما يمكن استعماله عند تقييم الأداء وتقويمه، فضلاً عن تحسين الأداء، وذلك بسبب اتساقه مع مبادئ التقييم الجيد للاداء، امتداداً لانجاز مهام عدة بوقت وكلفة اقل ومن ثم زيادة كفاءة ادارة المؤسسات، لاسيما المؤسسات الاعلامية، اذ أصبح الجمهور المستقبل للرسالة مرسل بالوقت ذاته لظهور وسائل الإعلام الجديدة يتحدى فيها وسائل الإعلام التقليدية لما يتميز به هذا الإعلام الجديد من تفاعلية وجماهيرية ادت الى هذه المرحلة الانتقالية . ومع ذلك فإن وسائل الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية مواصلة التعايش ويعزز كل منهما الآخر، لئلا من حريه رأي اعلامي بين الجمهور المستقبل للرسالة وبين المرسل لها محققا تفاعلية جماهيرية تتعزز بفضل الإعلام الجديد باستعمال وسائله غير التقليدية . وقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها أنه عند تقييم وتقويم ادائها باستعمال اداة فعالة ومناسبة مثل اداة المقارنة المرجعية للإعلام الجديد هو اعلام مكمل للإعلام التقليدي ومعزز لنقاط القوة فيه متلافياً نقاط ضعفه ، لكونه يركز على رضا الجمهور (المستهلك) عن طريق تعزيز دوره المتلقي للرسالة بالمرسل لها وهذا ما جعله (الإعلام الجديد) معياراً للاداء الإعلامي في المؤسسات الاعلامية وجعله معياراً للسلوك الإداري السليم ضمن الهيكل التنظيمي مجسداً الاتصال الإداري فيه عن طريق الادراك لاهمية الاعلام لاسيما التفاعلي الجماهيري..



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

Abstract

Provides the style of benchmarking the best possible use when evaluating the performance and evaluation, as well as improved performance, due to its consistency with the principles of good evaluation of the performance, an extension of the completion of several functions of the time and cost less, thereby increasing the efficiency of the management of the institutions, especially institutions, the media, as it became public the future of the message sender to the same time Zaorosaúl new media is challenging the traditional media of what distinguishes this new interactive media and mass led to this transition . However, the media Aljdidhoosaúl traditional media continue to coexist and reinforce each Menhmaalakhr, for his wealth of freedom of opinion media among the public the future of the message and the sender has reached the interactive mass is enhanced thanks to the new media by using the means of non-conventional. Research has come to a set of conclusions, the most important that when assessing and evaluating performed using the tool effective and appropriate tool like Almgarnaa to Marjaahllalam is the new media complement to traditional media and enhanced its strengths Mtlavia weaknesses, because he focuses on the satisfaction of the public (the consumer (by strengthening the role of the receiver of the message sender has this Majolh (new media), a benchmark for the performance of the media in institutions media and make it a standard of conduct administrative sense within the organizational structure, embodying the administrative contact through cognition of the importance of the media, especially interactive mass..

المقدمة:

لابد من اختيار اداة فعالة عند تقييم الاداء وتقومه فيما بعد ، عن طريق قياس الاداء ودراسة واقع حاله ازاء الاداء الرائد لها، لتعزيز دوره في رفق الادارة المؤسسية، باستخدام اداة من ادوات تقييم الاداء وتحسينه الا وهي المقارنة المرجعية bench marking، توافقا والمتطلبات المتعلقة بالسياسات والتكاليف المادية وأسلوب العمل في المؤسسات لا سيما الاعلامية، وكرد فعل جاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل محل السيطرة المركزية لوسائل الإعلام التقليدية المركزية الى اخرى لا مركزية عن طريق تمكين الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة لمواكبة التطور والتغير السريع في بيئة اعمال المؤسسات لاسيما الاعلامية منها لما يتسم مناخ العمل فيها بالتغيير السريع والمنافسة بالتحسين المستمر للاداء الاعلامي والوصول الى رضا المستهلك المتمثل بالجمهور الذي يعد هدف الاعلام والاعلاميين، اذ ان رضاه يمثل مؤشرا جيدا لزيادة كفاءة وفاعلية الاداء الاعلامي ، التي بها يعد الاعلام الجماهيري الجديد معيارا للاداء الاعلامي في المؤسسات الاعلامية كونها من التقنيات المعاصرة المستخدمة في تقييم الاداء وتقومه بالاستفادة من قدرات العاملين في المؤسسة من اجل



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

الابداع والتميز ، وعليه تم تقسيم البحث الى اربعة فصول الاول يستعرض منهجية البحث ابتداءً بمشكلته وختاماً اسلوبه ونطاقه ، اما الفصل الثاني فيتمثل بالجانب النظري الذي يجسد عنوان البحث ويشكل موثق بمصادر ، اما الثالث فيتناول الجانب العملي لتطبيق فرضية البحث والفصل الرابع يتم فيه تناول استنتاجات البحث وتوصياته .

الكلمات الرئيسية:

تقويم الاداء : يمثل تقويم الاداء المتابعة المستمرة للأداء المنجز بمقارنته والمعايير الموضوعية عند مرحلة التخطيط للاهداف لمؤسسة ما لاسيما المؤسسات الاعلامية واتخاذ الاعلام الجديد كمرجع معيار (عند مقارنة الاداء الاعلامي الفعلي به) واقع حال المؤسسة الاعلامية.
الاعلام الجديد : يتمثل بالخدمات الاعلامية الجديدة التي تتيح تطوير محتوى الاعلام التقليدي معاصرة للتوصل للاعلام المستخدم للتقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات المتميزة بسرعة الانتشار وقلة كلفة الجهد والوقت والمال من جهة ومواكبة المنافسة وتحسين الاداء من جهة اخرى.
المقارنة المرجعية : تتمثل بأسلوب اداري لتقييم الاداء بغية تقويمه وتحسينه يتم العمل فيه بشكل منظم ومستمر عن طريق المقارنة بنموذج ، سواء داخل او خارج المؤسسة للتعرف على اسباب الفجوة والعمل على معالجتها مواكبةً والاداء الافضل.

الفصل الأول

المبحث الأول: منهجية البحث

اولاً/ مشكلة البحث:

- ولبلورة مشكلة البحث على وفق منهاج البحث العلمي، يمكن صياغتها بالتساؤلات الآتية :
- ما مستوى المقارنة المرجعية وتقويم الاداء والاعلام الجماهيري الجديد في المؤسسة المبحوثة؟
 - ما هي طبيعة العلاقة بين المقارنة المرجعية وتقويم الاداء والاعلام الجماهيري الجديد؟
 - ما تأثير المقارنة المرجعية وتقويم الاداء في الاعلام الجماهيري الجديد؟

ثانياً/ اهمية البحث:

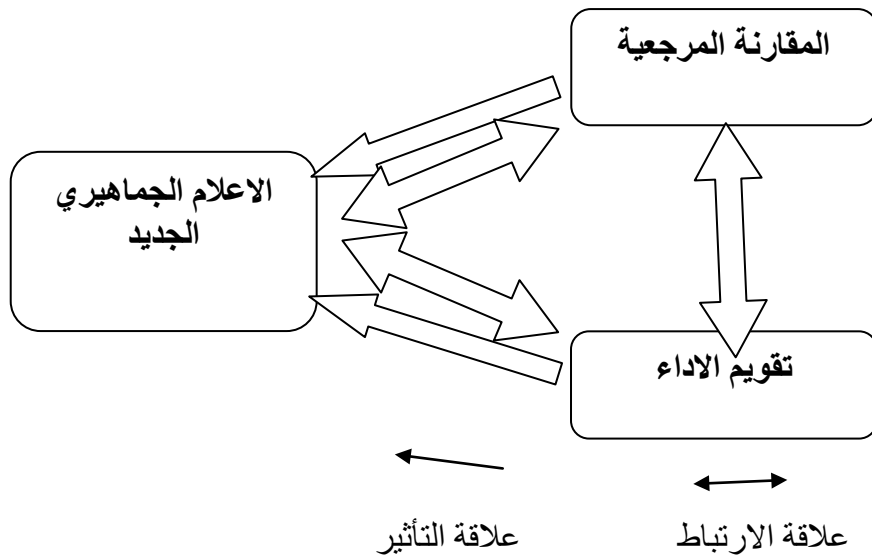
يكتسب البحث اهمية الجانب النظري من محاولته محاورة الطروحات الفكرية وما تخرج به من اضافة علمية الى المكتبة العربية واهمية الجانب العملي من نتائج ممن ان تكون مرشدة للمؤسسة المبحوثة.



ثالثاً/ اهداف البحث: يهدف البحث الى تشخيص مستوى وطبيعة العلاقة بين المقارنه المرجعية وتقويم الاداء والاعلام الجماهيري فضلا عن علاقة تاثير المقارنة المرجعية وتقويم الاداء في الاعلام الجماهيري الجديد.

رابعاً/ مخطط البحث الفرضي:

الشكل (1) : مخطط الدراسة الفرضي.



خامساً/ فرضيات البحث:

- الفرضية الرئيسية الاولى: هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المقارنة المرجعية وتقويم الاداء الجماهيري الجديد.
- الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المقارنة المرجعية والاعلام الجماهيري الجديد.
- الفرضية الرئيسية الثالثة: هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تقويم الاداء والاعلام الجماهيري الجديد.
- الفرضية الرئيسية الرابعة: تأثر المقارنة المرجعية تأثيرا ذي دلالة معنوية في الاعلام الجماهيري الجديد.
- الفرضية الرئيسية الخامسة: يؤثر تقويم الاداء تأثيرا ذي دلالة معنوية في الاعلام الجماهيري الجديد.

سادساً/ اسلوب البحث: وصفي تحليلي.

سابعاً/ نطاق البحث: تم اختيار جريدة الزمان كمؤسسة اعلامية بنطاق زمني عام 2012 .



الفصل الثاني الجانب النظري

المبحث الثاني: التأطير المفاهيمي للبحث:

أولاً/ تقويم الأداء:

تمهيد: محور هذه العملية التقييمية التكوينية ذات الطابع القياسي للشئ المنجز باستعمال معيار دون آخر للداء، اذ ان هناك الكثير من النهج تستعمل لتحديد معايير مناسبة يمكن أن تستخدم لتقييم الأداء او وسائله التي تشكل فيها المعايير) لا سيما الاداء الاعلامي آخذاً بعين الاعتبار قيم معينة مثل التوازن، حرية التعبير، الموضوعية، الدقة، الاستقلال، الحياد أو التنوع في الأخبار. ويهدف هذا المبحث الى تقديم بعض المفاهيم النظرية الخاصة بتقويم الأداء التي عرفها الباحثون والكتاب وأهميته، فضلاً عن ذكر أهداف ومصادر نظام التقويم وأساليبه.

1. مفهوم تقويم الاداء:

يتمثل الاداء بالمرحلة النهائية لنشاط الوحدة الاقتصادية تجسيدا لمفهوم محاسبة المسؤولية في المسؤوليات الادارية الهرمية كافة، وهو مصطلح جذاب يتضمن نكهة العمل المنجز والجهد الهادف، بترجيح الانجاز الجيد دون السن (Wheele & Hunger, 2004: 441)

كلمة أداء، تعني هذه الكلمة تحقق التفاعلية بين السلوك المتبع و الانجاز التام وفقا لمستوى المطلوب، اي ان ما يقوم به الافراد من اعمال (السلوك) وبين الاثر الذي يبقى بعد الانتهاء من العمل (الانجاز)، ومن ثم ادراك اهمية ذلك على مدى تركيز الادارة على محور التعلم والنمو ومن اجل اكتساب الافراد المهارات والخبرات اللازمة، وتطويرها لتأهيلهم القيام بالعمل المحدد لهم بالفاعلية والكفاءة المطلوبة (Hilton, et al, 2006:44). اما كلمة التقييم فتعني ايجاد قيمة للشئ وفق مقياس محدد مسبقا بشكل يتجانس وطبيعته الاداء المطلوب، ووفق الصلاحيات والمسؤوليات الممنوحة للمسؤول عن انجاز هذا الأداء، ومن ثم الاستفادة من المعلومات التي تعد على شكل تقارير من قبل المستويات الادارية (لاسيما الدنيا منها) والاقرب لواقع حال العمل في اتخاذ قرارات بشكل موضوعي (روجز وآخرون، 2009:289) وتتجسد عند عملية التقييم عملية الرقابة على الاداء عن طريق الوصول لافضل النتائج كونها ستعد مقاييس محددة تعكس مؤشرات واضحة ومرنة التطبيق للتحفيز عن طريق اتباع نظام اتصال اداري فعال بين المستويات الادارية كافة (الشيخ، 2010 : 22). اما كلمة تقويم فنجدها تعني قَوْم الشيء وأقامه، فقام واستقام وتقوم أي إن التقويم هنا جاء بمعنى إصلاح الشيء وكما ذكرت في القران الكريم بسم الله الرحمن الرحيم: ولقد خلقنا الانسان في احسن تقويم صدق الله



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

العظيم(سورة التين: الآية 4)، وفي حديث نبينا محمد الصادق الامين(ص): ان الله يحب احدكم اذا عمل عملاً صالحاً ان يتقنه . صدق الرسول الكريم. اذا الاشارة الى ان كل عمل يخطط له مسبقا لابد ان يكون صالح حصرا ومن ثم اتقانه، وهذا خير مايجسد الاقتداء بمعيار الكتب السماوية والاحاديث النبوية الشريفة وعدها مقارنة مرجعية رائدة لسلوك والانجاز . اذ يعني التقويم عملية تساعد بتحقيق اعلى انتاجية ممكنة وباقل الكلف بالاعتماد على نتائج عملية القياس التي فيها يقاس الاداء وفق المعايير لتتم بعدها العملية التقويمية التصحيحية لاعادة المسار نحو الافضل والاعظم من درجات الكفاءة والفاعلية.(الزوري، 2003: 7). والتقويم يعني فحص استنتاجي يتسم بالشمولية، لا القصور والتوقف عند النتائج النهائية وبل ليمتد عند فحص المدخلات والوسائل التي تم بها هذا الانجاز ومجسدا لموضوعية المدخلات والعمليات والمخرجات كافة (جبرائيل ورضوان، 2009:425). وعليه فتقويم الاداء عملية تشمل وضع مقاييس يقاس بها العمل المنجز وفقا لكم ونوع ما حدد لهذا المقياس ودرجته وجمع المعلومات عن واقعية ما منجز من هذه الاعمال من قبل المسؤولين عنها بالصلاحيات المحددة ولإصدار حكم عن الوصول لكفاءة الاداء من عدمه، ومن ثم الوقوف عند الانحرافات والمشاكل لحلها وتلافيها مستقبلاً (William N.Lanen et al,2011:443). وعرف على انه الوجه الآخر للرقابة التي يتم بها التوصل الى مدى انجاح استراتيجيات الوحدة الاقتصادية واهدافها على المدى البعيد، عن طريق الاستخدام الامثل للموارد الاقتصادية والبشرية المتاحة، والاستفادة منها في التخطيط والمتابعة للمستقبل بتحليل النتائج الفعلية للاداء المنجز من قبل المستويات الادارية كافة ومقارنته بالمخطط كمعيار يستدل به عن كفاءة الاداء من عدمه (دليل الرقابة المالي، 2005:95)

2. اهمية تقويم الاداء: باستطاعتنا تفهم اهمية تقييم أداء العاملين كأحد أبعاد تنمية الموارد البشرية في المنظمة، عن طريق التعرف على مدى الفائدة التي تعود على المنظمة بشكل عام وعلى العاملين بشكل خاص كالآتي:

أ - المساعدة على تفعيل نظام الاتصالات بمعلومات وحقائق موضوعية لا تخمينية بين المستويات الادارية كافة للوحدة الاقتصادية.

ب- عن طريقه يتم اكتشاف قدرات ومهارات كطاقات كامنة وغير مستغلة عند الافراد العاملين ووبها يتم اعادة تقسيم العمل وفق وضع الرجل المناسب بالمكان المناسب.

ج- يسهم في تحسين الاداء المستمر للمسؤولين عن انجاز العمل باكتشاف نقاط القوة لتعزيزها ونقاط الضعف للتخلص منها، ومن ثم تطوير مهاراتهم بجهودهم الذاتية لضمان شعورهم بالمسؤولية (Hilton,et al, 2008:753).

د - يفيد في رفع الروح المعنوية للعاملين وتوطيد الصلات والعلاقات بين الرئيس والمرؤوس.

هـ - يفيد في خفض معدل الدوران الوظيفي والسلبى سلوك العاملين من غياب وإهمال وعدم الحماس للعمل.



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

و - يسهم في تعديل معايير الأداء وزيادة أداء العاملين والمنظمة بشكل عام.

ح - يسهم في رسم خطة القوى العاملة للمنظمة وما تتطلبه من تنمية وتدريب وتوفير المكافآت والحوافز للعاملين (حنا نصر الله، 2001: 169-170)

2-1 أهمية تقويم الأداء نسبياً للأعلام:

ان أهمية تقويم الأداء بالنسبة للأعلام تنبثق من حقيقة جوهرية مفادها أن أداء العمل الاعلامي ما هو إلا محصلة أداء مجموعة الأفراد العاملين فيه بمختلف مستوياتهم عبر استخدام مستلزمات الإنتاج والموارد والمدخلات المتاحة الأخرى في وقت معين، وإن الكثير من السياسات والقرارات التي تتخذها الإدارة يفترض أن تبقى على أساس النتائج النهائية لتقويم الأداء وهذا يقود للتعرف على أهم فوائد تقويم الأداء بالنسبة للعمل الاعلامي والمتمثلة بما يلي (Mathis & Jackson, 2003: 343)

أ- تعد نتائج التقويم بالنسبة للعمل الاعلامي الأساس في تحديد استراتيجية الحصول على الموارد البشرية الضرورية لاستمرار الاعلام في أداء وظائفه وتخمين أهدافه.

ب- تحديد سبل لتطوير الاعلاميين وفي دفعهم لتطوير أنفسهم.

ج- تعد اختباراً لسلامة عمليات التوظيف والحكم على سلامة ونجاح الطرق المستخدمة في التدريب.

د- يؤدي تقويم الأداء دوراً مهماً في تحديد المدى النسبي لدرجة ملائمة الهيكل التنظيمي لمتطلبات الأنشطة في المنظمة وعملياتها المختلفة.

هـ- يعد الأساس في تحديد سياسة الأجور التشجيعية والمكافآت والتي تستمد من فلسفة ربط المكافأة بالإنتاجية.

و- تساعد الإدارة في اكتشاف ذوي المواهب والكفاءات العالية، وذلك لتوجيه كل فرد إلى الوظيفة التي تنفق ومقدار كفاءته الشخصية.

ز- تسهم في خلق مناخ من الثقة والتعامل الأخلاقي عن طريق تأكيد الأسس العلمية في التقويم والموضوعية في إصدار الاحكام.

ح- تشكل نتائج تقويم الأداء أحد أهم المؤشرات أمام المنظمة لتخمين المناخ التنظيمي، سعياً لتطويرها وزيادة اندماج الأفراد في العمل الاعلامي عبر رفع روحهم المعنوية.

ط- تسهم في التعرف على المجالات التي لا يستفيد منها بمهارات أعضاء المجموعة وتستطيع أن تسهم من خلال التعرف على مجالات النمو المتوقع وتطوير العاملين . كما تستطيع أن تعمل من أجل تحسين المجالات الضعيفة وتقدم للعاملين الفرص الكاملة للاستخدام الكامل لقدراتهم .



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

ي- تلزم الرئيس المباشر على إعداد تقارير دورية عن مرؤوسيه ومناقشة مدى تقدم كل فرد في عمله .
مما تقدم يمكن التوصل أن أهمية تقويم الأداء تكمن في كشف جوانب الضعف والقوة في أداء كل
من الاعلاميين والعمل الاعلامي، ومن ثم العمل على معالجة الضعف وتعزيز القوة .

3. طرق تقويم الأداء:

تعددت نظم تقويم الأداء اذ ان هناك عدة طرق تستخدم في تقويم الأداء، بعضها بسيط
والبعض الآخر يتصف بالتعقيد . ويختلف الكتاب في تصنيفهم لهذه الطرق، فقسم منهم يصنفها الى
طرق قديمة وطرق حديثة وقسم آخر يصنفها الى طرق وصفية وطرق كمية أو الى طرق التقويم ضمن
المدخل التقليدي وطرق التقويم ضمن المدخل السلوكي، ومن هذه الطرق: (المجموعة الثقافية في
الموصل، 2008: 3-15)

- أ- طريقة القياس المقارن، المتمثلة بالاداة التي اختيرت لتقويم الاداء الاعلامي في هذا البحث، والتي
تشمل التقنيات الادارية الحديثة التي تمنح فيها الميزة التنافسية للاداء الافضل ومن ثم عددها معياراً
يقارن به اداء مايمثلها من نشاط في الوحدات الاقتصادية الاخرى.
- ب- تقنية بطاقة الاداء المتوازن، وفيها يتم ترجمة استراتيجية الشركة الى اهداف ذات طابع مالي او
غير مالي ضمن محاور اربع (المالي، الزبائن، عمليات داخلية، التعلم والنمو) بشكل متوازن.
- ت- الطرق الحديثة التي وضعتها لجنة معايير المحاسبة الادارية الامريكية، التي يكون العمل بها
شاملاً للمؤشرات منها (البيئي، السوق والمستهلك، التشغيل الداخلي، المنافسة، ادارة الموارد البشرية
والمالية).
- ث- الموازنات التخطيطية، وبها يتم وضع تقديرات مستقبلية لفترة زمنية محددة، تعد فيها معيار يقارن
به ماتم تنفيذه فعلاً.
- ج- التحليل المالي، ويتم مقارنة بيانات الشركة لفترات مالية متعددة لنفس الشركة او بيانات نفس السنة
مع شركات اخرى

4. مقومات تقويم الاداء:

- ان الاداء بمختلف انواعه وبمفهوم الكفاءة الفعالية يعد دالة تابعة للعديد من المتغيرات
والمقومات التي يمثل تحسين الاداء هو الهدف الاساس منه، ولتحديد هذه المقومات ومنها:
- أ- وجود هيكل تنظيمي تتحدد فيه الصلاحيات والمسؤوليات.
 - ب- وجود نظام معلوماتي فعال يضمن وصول المعلومة بالوقت والشكل المطلوب.
 - ت- تتطلب هذه العملية الكفاء لمن يقوم بها.
 - ث- وجود نظام حوافز مادية او معنوية ترتبط والاهداف المنجزة ضمن المخطط لمن ينفذها.
 - ج- وضوح الاجراءات والآليات المحددة ضمن مسار عملية تقويم الاداء.
 - ح- مراعاة المحيط الذي تنشط فيه المؤسسة (الكرخي، 2001: 57-58).



ثانياً/ الاعلام الجماهيري الجديد:

تمهيد:

لما لهذا النشاط من اهمية في وقتنا الحالي وفي الماضي والمستقبل اي بشكل معاصر ، لابد من الاهتمام به عن طريق متابعة والرقابة على ادائه وتقييمه بغية تقويمه وتحسين الاداء فيه باستعمال اداة المقارنة المرجعية، ولذلك لابد من تناول الاعلام الجديد كمعيار عند المقارنة ، اذ يتناول هذا المبحث مفهومه، خصائصه، مداخله والعوامل المؤثرة عليه ووسائله كالآتي:

1. الاعلام:

الاعلام هو اتصال بين طرفين او اكثر قصد ايصال معنى ، او قضية او فكرة للعلم بها، واتخاذ موقف تجاهها ، اذ يرتبط الاعلام ارتباطا وثيقا ببناء المجتمعات ككل ، ويتأثر متأثرا مباشرا بالأوضاع الثقافية والاجتماعية، والنظم السياسية والانساق الايديولوجية السائدة في المجتمع . اذ تتداخل جميع هذه العوامل في رسم السياسة الاعلامية، تلك السياسة التي تعمل على تحديد العملية الاعلامية وفي اختيار العملية الاعلامية ذاتها . والمفهوم العلمي للإعلام عموما قد اتسع حتى شمل كل الاساليب المتعلقة بجمع ونقل المعلومات والافكار ، طالما احدث ذلك تفاعلا ومشاركة طرف اخر مستقبل . وبذلك اصبح الاعلام علم وفن في آن واحد فهو علم له اسسه ومنطلقاته الفكرية ، لأنه يستند الى مناهج البحث العلمي في اطاره النظري والتطبيقي ، وهو فن لأنه يهدف الى التعبير عن الافكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بسبب المواهب والقدرات الابداعية لرجل الاعلام (عبد الرزاق والساموك، 2011: 11)، ويمكن ادراك أهمية معرفة العناصر الثلاثة الرئيسية لتمييزها بالمقدرة على توصيل الرسائل في اللحظة نفسها وبسرعة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ومع قدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم والمقدرة على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات المتمثلة بالمرسل، والرسالة، والمستقبل.. ويعرّف خبراء الإعلام العملية الإعلامية بانها الوسائل التي بها تتم عملية الاتصال بالجماهير تكن موجودة لدى الجمهور المستهدف ومن هذه الوسائل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتاب والتسجيلات المسموعة والمرئية والانترنت وغيرها كثير. (الحيدري، عبد الله، 2009: 128). ان الإعلام يتمثل في نقل المعنى أو المغزى بين الافراد. يقول ولبرمشرام: إن كلمة إعلام Communication مشتقة من اللفظ اللاتيني communis اي شائع common فنحن حينما نتصل نحاول أننشر كمعلومات أو فكرة أو اتجاه مع شخص ما أو مع الآخرين. وهنا كمن يرى بأن الإعلام قديم قدم البشرية نفسها ومنذ بدء الخليقة ظهرت حاجة الإنسان إلى الاتصال والتواصل بالآخرين وإخباره مع حاله ومعرفة أحوالهم ولكن الاستخدام الفعلي للإعلام لم يظهر إلا في القرن العاشر حين بدأ الرومان ينشرون الصحف الحائطية التي أخذت بالتطور حتى اختراع الطباعة بواسطة جوتنبرغ، اذ كان في تلك الفترة مهيباً ومستعداً لتطوير ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة وتدوير الأفكار



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للإعلام الجديد

وإن اضطرت الانتظار حتى القرن السابع عشر الميلادي لتكون مستعدة تمام التّقبل وسائل الإعلام الجماهيري. (لغفيلي، 2011: 5)

2- 1 الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده عن طريق (الأجهزة الإلكترونية) الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا. إذ ان هناك تعريفات أخرى مختلفة منها تعريف مجلة بي سي للإعلام الجديد بأنه: "أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الدي في دي وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت. (شيخاني سميرة، 2010: 437) من ناحية أخرى تعرف الإعلام الجديد موسوعة ويب أوبيديا بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها، فإن وسائل الإعلام الجديد تشتمل على: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، مجتمعات الإنترنت، إعلانات الإنترنت، أقراص السي دي والدي في دي، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجواله(صالح سعود ، 2011: 12)

2-2 خصائص الإعلام الجديد:

أ - تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه. الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.

ب - تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل. التلفزيون والإنترنت اندمجا أيضا بشكل شبه كامل، فجهاز التلفزيون أصبح يستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون وفي نفس الوقت الإبحار في الإنترنت وإرسال واستقبال ج-ج-رسائل البريد الإلكتروني كما أن جهاز الكمبيوتر أصبح بالإمكان استخدامه كجهاز استقبال لبرامج التلفزيون والراديو .

ج - شركات الكيبل التلفزيوني أصبحت تعتمد على الأقمار الصناعية في بث برامجها. وهكذا نجد أن جميع وسائل الإعلام الجماهيري الحالية أصبحت وسائل إلكترونية بشكل أو بآخر.



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للإعلام الجديد

د - خاصة أخرى هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، هناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية والقدرة على الارتباط بالإنترنت من أي مكان أدت إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق.

هـ - الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة. (Ali Salman, et al, Vol. 16(3), 2011, article 7, :2)

و- تفتيت الجماهير ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

ز- غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده.

ح- الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

ط- قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى (سعود صالح 2011: 7).

2-3 معايير الاعلام الجديد:

للإعلام الجديد معايير يمكن تلخيصها فيما يأتي:

أ - رفض الخلفية الراسمالية، أي ان لا تكون المخرجات الاعلامية ذات صبغة تجارية بل الهدف الاساس التوعية وزيادة الادراك بدون مقابل مادي.

ب - الشعور بالمسؤولية الاجتماعية الذي يركز على خدمة الصالح العام.

ت - اظهار وتعريف هوية من يقوم بالانتاج الاعلامي (المخرجات)، ليعد من رواد الاعلام المعاصر لا البديل فحسب.

ث - البحث عن التفاعلية الحقيقية عن طريق مشاركة الجمهور في الاتصال وعده مرسل للرسالة (منتج لها) فضلا عن كونه مستقبلا لها (مستهلك) بواسطة التغذية العكسية.



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

ج-هـ. التركيز على اخلاقيات الاعلام بالاستناد الى ضوابط الاتصال الجماهيري بالاستناد الى الاخلاقيات الخاصة.

ح- ان يحقق هذا الاعلام الاهداف التي تسعى لها الوحدات الاقتصادية (بالالتزام بالسلوك الاداري السليم) المختلفة نتيجة لعدم تهيمش الجمهور بل على العكس جعله عنصرا مهما يمتلك دورا فعالاً بانجاح رسالة التوعية والادراك والابداع فيما بعد. (جميل، بشرى، 2011: 12- 13)

ثالثاً/ المقارنة المرجعية:

تمهيد:

تشكل المقارنة المرجعية أسلوباً للبحث عن كلما يؤدي الى الافضل (فرداً) أفضلية واخلاقاً عبر عملية مقارنة نظامية مستمرة لإداء المنظمة داخلياً او خارجياً عن طريق الاجابة عن سؤالين أساسيين الاول: كيف أصبح الآخرون الافضل ؟ والثاني : كيف نكون افضل؟ وذلك عبر استعراض المقارنة المرجعية بدءاً من اشتقاق المصطلح من مفاهيم علم المساحة، ثم مقارنة حالة المنظمة دون ومع استخدام أسلوب المقارنة المرجعية، مقدم الخطوات الاربع عشر المتعاقبة لهذا الاسلوب وانواع هو فقالت صنيفات مختلفة تم التركيز على كل من الرؤيا والرسالة كمتغيرات أساسية ونوعية الى جانب متغيرات ذات مؤشرات كمية ممثلة بالتطوير التقني والتوجيه الخارجي، فضلا عن اهم مؤشرات الاداء الاستراتيجي من الناحية المالية وسيتم تناول كل من مفهومها، انواعها، اهدافها وخطوات القيام بها في هذا المبحث:

1. مفهوم المقارنة المرجعية:

من علم المساح مفهوم المقارنة المرجعية:

من علم المساحة. إذ (Benchmarking BMKG) أشتق مصطلح المقارنة المرجعية بعدها نقاطاً " مرجعية -Benchmarks- - يستخدم المساحون منذ مئات السنين علامات لمواضع محددة مسبقاً " تقوم استناداً "اليها النقاط الأخرى، ويعنى بها في ادبيات الاعمال، مستوى الاداء الافضل. فعندما: يستغرق تطوير منتج المنظمة (١٢) شهراً قياسياً (٨) اشهر لأفضل منافسيها، تغدو مدة (8) اشهر العلامة المرجعية التنافسية. في حين يكون مستوى اداء منظمة اخرى غير منافسة ذات منتج مشابه تستغرق مدة تطويره (٧) اشهر وهو العلامة المرجعية ذات المرتبة الافضل -عليه تعرف المقارنة المرجعية بأنها" مقاييس اداء نوعية وكمية لتلبية والتفوق على توقعات المنتفع عن طريق تعلم المعرفة من الآخرين، كونها" عملية تعلم ممارسات لمجالات محددة في منظمات منافسة وغير منافسة ومن اجل ايجاد تلك الممارسات الافضل. فان هي نبغي ان تقوم المنظمة قياساً الى اخرى لفهم ماذا، تعمل هذا الشيء -Why-تعمل، ولماذا -How- تعمل، وكيف -What- (Athinson,2007:20) ومن مفاهيمها التي تتضمن تعلم ممارسات المنظمات الأخرى لا يعني استنساخها بل تطويعها لظروف



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

المنظمة المعنية. هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن تطور المنظمات المناقسة يتواصل اثناء زمن المقارنة المرجعية، ولا ينبغي التوقف عند مواكبة تطور الآخرين وحسب، بل استهداف التفوق عن طريق نظرة مستقبلية تروم الافضل. ووفقا لهذا الرؤية، يعنى بالمقارنة المرجعية بحث وتطبيق مستمر لاكتشاف الجديد من الافكار والممارسات، تكون الممارسات الافضل لوظيفة التوزيع او الموارد البشرية في مشاريع غير منافسة. وهكذا يتوسع مفهوم المقارنة المرجعية خارج حدود الادارة الواحدة، وتغدو معبرة عن "مقارنة مستمرة للمنظمة واجزائها مع افضل المنظم من الاداء بصرف النظر عن الادارة او البلد "أي" مقارنة أداء المنظمة مع الاداء الافضل باختصار أنها وسيلة للتغيير الايجابي عبر نظرة خارجية تقود الى تحسينات داخلية، وذلك عن طريق محاولة الاجابة عن سؤالين أساسيين، الاول: كيف اصبح الآخرون. الافضل؟. والثاني: كيف نكون افضل؟، وابعد من ذلك فهي "مضاهاة أو -مباراة افضل ان تكون افضل الافضل the Best Striving to Be Best في، الانشطة، المعالجات، الممارسات، أو غير ذلك داخل الصناعة الواحدة أو خارجها. استخلاصا "لما سبق تمثل المقارنة المرجعية أسلوبا" للبحث عن كل ما يؤدي الى الأفضل للفردا) "افضلية أو اختلافا ("عبر عملية مقارنة نظامية مستمرة لاداء المنظمة داخليا "أو خارجيا") في مجالات معينة (مع الأفضل في نفس الصناعة، أو القادة في صناعات أخرى، لتحديد مناطق الضعف أو التأخر، ومعرفة وتطبيق افضل الطرائق التي تقود لأداء متفوق يحقق الفوز برضا القارئ، أو المستمع، أو المشاهد، أو المشارك. انها عملية تحسين مستمرة. يستشف من معنى المقارنة المرجعية كل من الآتي:

- انها عملية مستمرة لاختلاف مستويات الاداء المقبولة من وجهة نظر الزبون باختلاف الوقت.
- الزبائن العاملون، المديرون، المقرضون، المجهزون.
- انها عملية قياس.
- يتحدد موضع المنظمة في مجال معين نسبة الى الآخرين.
- قد تكون المقارنة المرجعية داخل المنظمة او داخل الصناعة، أو خارجها بين منظمات تمارسا عمالا تختلف كلية عن المنظمة المعنية ولكنها تتفوق بمعايير اداء محددة او مناطق وظيفية معينة (ال فيحان، 2005 : 87)

1-2 مفهوم المقارنة المرجعية للاعلام:

أن وسائل الإعلامى جبال وفاء لثمانية وظائف مختلفة للنظام السياسي، بما في ذلك وضع جدول الأعمال، وتوفير منابر للدعوة، وعقد مسؤول بالاعتبار. هذه كلها معايير مهمة لكنها يمكن القول من الصعب ترتيب هذه القيم، إذا كانت متعارضة، في غياب أي من المبادئ النظرية الأوسع. وعلاوة على ذلك تمنح هذه القيم أولوية مختلفة من قبل أولئك الذين يميلون نحو التحررية أو الاجتماعية لمشاهدة مسؤولية وسائل الأخبار. وقد حاولت جهات أخرى تحديد السمات المشتركة في المبادئ المضمنة في اللوائح السياسة العامة، أو في القيم التي عقدت من الثقافات الصحفية، ولكن ثبت أنه من



الصعب العثور عموماً على المعايير من هذه المصادر المنققة عليها. مع في أوروبا الغربية، سياسات الاتصال تختلف اختلافاً كبيراً في التركيز نسبياً على استقلال البث، وتنوع الوصول، وحماية وسائل الإعلام المحلية اللغات والثقافات الوطنية وتعزيزها. الصحفيين الأمريكيين والبريطانيين والألمان وضعوا أولويات مختلفة على القيم الأساسية مثل الموضوعية. أي محاولة لتحديد مقاييس معينة عالمية لتقييم وظائف من وسائل الإعلام وبالتالي يخاطر النعرة العرقية- على افتراض مجموعة واحدة من القيم الثقافية التي يمكن أن ينظر إليها على أنها غير لائقة في مكان آخر. أحد الأسباب المهمة لعدم وجود توافق في الآراء بشأن المعايير المناسبة لأداء السياسي لوسائل الإعلام هو أن القيم غالباً ما تكون مرتبطة بشكل فضفاض فقط إلى مفاهيم أوسع جزءاً من نظرية الديمقراطية. (Pippa Norris,2000:8)

2. أنواع المقارنة المرجعية:

تتكون المقارنة المرجعية من الأنواع الرئيسية الآتية:

- المقارنة المرجعية: هي المقارنة المرجعية الداخلية التي تمت بين إداء عمليات أو وظائف المنظمة ذاتها سيما ذات الأعمال المتعددة مستهدفة الطرائق الأفضل للتعميم، أو الأسوأ للتحسين، وتمتاز بسرعة ويسر الحصول على معلومات وافية. وعلى الرغم من كونها معلومات داخلية تاريخية لا تقدم معرفة عن مدى تطور المنافسين، إلا أنها تشكل قاعدة مهمة لمقارنة بيانات العمليات أو الوظائف الداخلية مع بيانات العلامة المرجعية الخارجية، لذا عادة ما يمثل هذا النوع الخطوة الأولى في أي عملية مقارنة مرجعية خارجية، في حين تقارن عمليات أو وظائف منظمة معينة مع عمليات أو وظائف منظمات أخرى تمارس النشاط أو نشاط آخر في المقارنة المرجعية.
- المقارنة المرجعية الخارجية: تكون المقارنة المرجعية الخارجية مع الأفضل من المنافسين وغير المنافسين، أي مع منظمات أخرى تعمل في نفس مجال عمل المنظمة أو مجال آخر.
- المقارنة المرجعية التنافسية: تقوم على أساس المقارنة المباشرة مع المنافسين الأفضل للبحث عن الإداء الأفضل، ويهدف تشخيص الفجوات في الإداء بين المنظمة ومنافسيها الرئيسيين، وذلك في مستوى إداء متحققة، في الكلفة أو النوعية، أو المرونة أو التسليم.
- المقارنة المرجعية الداخلية الوظيفية: تقوم المقارنة المرجعية الوظيفية على أساس مقارنة مجالات معينة مع المنظمات الريادية الأفضل في العالم العاملة في نفس القطاع أو التي تؤدي نشاطات مماثلة.
- المقارنة المرجعية الاستراتيجية: هي عملية مراجعة وفحص كيفية التنافس مع المنظمات والبحث عن الاستراتيجيات الأفضل التي تقود إلى النجاح في السوق وتحقيق التفوق، وهي تتفحص كيف تنافس مع المنظمات بحثاً عن تلك الاستراتيجيات المربحة التي قادت إلى ميزة تنافسية ونجاح



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

سوقي، وهي تستهدف تشخيص مناطق قوة المنافس وضعفه كخطوة مهمة في ترتيب اولويات مجالات التحسين والتعرف على افكار جديدة تسهم في بناء استراتيجية ناجحة.

• **المقارنة المرجعية العامة:** يبحث هذا النوع من المقارنة بين كيفية الحصول على بيانات اداء العمليات من خارج الصناعة التي تعمل فيه الشركة ويمتاز بالاتي:

اولا/ يسهم في احاث تحسينات كبيرة في اداء المنظمة.

ثانيا/ يسهم في توفير بيانات واقعية تفصيلية للمنظمة.

ثالثا/ يسهم في توفير فرصة لاكتشاف اداء عمليات المنظمات المنافسة.

ان الميزة الرئيسية للمقارنة المرجعية التنافسية تمكن في استخدام المنافسين لمعالجات وتقنيات مشابهة لما تمتلكه المنظمة، مما ييسر النقل والتعلم المتبادل بين المنظمة والمنافس الشريك مع ادراك افضل للموضع التنافسي، وامكانية تحسينه، كما انها اسلوب فاعل في الصناعات ذات التقنيات الجديدة او تلك التي يتباين المنافسون فيها. (المطيري، 2011: 16-17)

3. **أهداف المقارنة المرجعية:**

يساعد تطبيق المقارنة المرجعية على تحقيق عدة أهداف:

أ- التحسين المستمر للعمليات الداخلية، وذلك من خلال دراسة الكيفية التي ينفذ بها الآخرون أدائهم وتحديد نواحي القصور والأنشطة الداخلية والعمل على تلافيها.

ب- سعي الشركة من اجل أن تصبح المنافس الأكبر، من خلال إيجاد أفكار وتحسينات جديدة افضل من تلك التي يمارسها المنافسون.

ت- لأغراض البقاء في بيئة الأعمال.

ث- مساعدة الشركة في الاستفادة من خبرات وتجارب المنظمات الأخرى.

ح- تحديد كيفية أداء الشركة بشكل يتناسب مع إمكانياتها وقدراتها في تحقيق أهدافها باستخدام افضل الطرائق لذلك.

خ- مساعدة الشركة على أن تكون في الصدارة من خلال تمايز منتجاتها بتحديد تلك المجالات الأكثر.

د- ضرورة في تعزيز الميزة التنافسية للشركة وإجراء التحسينات الضرورية على منتجاتها.

هـ- استخدام نتائج المقارنة المرجعية لتجاوز وتقليل الأخطاء والمشاكل داخل الشركة.

عليه، ومن خلال ملاحظة النقاط أعلاه، يتبين أن الهدف الأساس من تطبيق المقارنة المرجعية هو التحسين المستمر لاداء الشركة مقارنة بأفضل المنافسين وبما يتلاءم مع قدراتها وامكانياتها. (الموسري 2008 : 26).

4. **مقومات تطبيق المقارنة المرجعية :** قد اورد (الخطيب، 2002:32) ان المقارنة المرجعية تتطلب توفر مقومات منها:



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

لابد من ادراك مفهوم المقارنة المرجعية بانها عملية مقارنة منظمة مع اخرى رائدة تدعى الشريك، أي ان هناك معيار يتسم باداء يسود على المنظمات المتشابهة في النشاط ذاته. أ- تحديد اسلوب لاداء عمليات المنظمة لاسيما الضعيفة (واقع حال) التي سيتم مقارنتها مع الاداء الرائد الشريك.

ب- ضرورة فهم تفاصيل العمل في المنظمات الرائدة .

ج- شمولية المدخلات والعمليات والمخرجات عند تقويم الاداء باسلوب المقارنة المرجعية.

د- توفير قاعدة معلومات اساسية لانجاح المقارنة المرجعية.

5. خطوات المقارنة المرجعية:

وهنا يتحدد دور المقارنة المرجعية في مساعدة المنظمة في التفكير الشامل باتجاه إنجاز أهداف الأداء الكلي، ولكي يتم تنفيذ برنامج المقارنة المرجعية يجب تحقيق أربع خطوات أساسية، وهي:
اولاً/ التخطيط: وتضم تحديد العمليات الخاصة بالمقارنة المرجعية وتحديد المنظمات مع تحديد مقاييس أداء العمليات لغرض التحليل، وأخيراً جمع البيانات اللازمة لإجراء المقارنة.
ثانياً/ التحليل: وتضم تحديد الفجوة بين الأداء الحالي للمنظمة الراغبة ببناء بيت الجود والمنظمات المنافسة وتحديد فجوة الأداء.

ثالثاً/ التكامل: في هذه الخطوة توضع الأهداف في إطار دعم المدراء المسؤولين عن توفير الموارد المختلفة.

رابعاً/ التطبيق: وهي الخطوة الأخيرة إذ يتم تطوير فرق عمل متعددة الاختصاصات مع تطوير خطط إجرائية وتخصيص الأعمال على الفرق بغية تنفيذ تلك الخطط مع مراقبة التقدم وفحصه تمهيداً لإعادة إجراء برنامج المقارنة المرجعية مرة أخرى.

خامساً/ خطوة خامسة لتطبيق المقارنة المرجعية: وهي الإدراك ويقصد بها قيادة مواقع انجاز برنامج المقارنة، فضلاً عن ممارسة العمليات المتكاملة بصورة كلية (الجبوري، 2009: 74)



المبحث الثالث

الجانب التطبيقي

وزعت 40 استبانته على وفق النموذج المرفق بالملحق ، وكان عدد الاستبانات المستردة والخاضعة للتحليل الاحصائي 35 استبانة والتامة الاجابة . وبلغ ثبات الاستبانة 0.673 باستخدام معادلة الفا كرونباغ وتم استخراج الصدق بجذر الثبات وبلغ الصدق 0.820 الادوات الاحصائية المستخدمة الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف، معامل ارتباط سبيرمان، معامل الانحدار الخطي البسيط والتي يمكن توضيح مفاهيمها كآتي:

➤ معامل الفا كرونباخ: وهو معامل يستخدم لاختبار مدى صدق وثبات الاستبانة (مدى ثبات المقياس وصدقه) بحيث يكون الحد الأدنى لقيمة هذا المعامل لتكون مقبولة اكبر اوتساوي 0.60 لتدل على صدق المقياس وثباته (محمد وعمار، 2011 : 144)

➤ الوسط الحسابي: وهو المقياس الذي به يتم استخراج الفئات الاكثر توافقا وعدد الفقرات لعدة فئات لمتغير ما (محفوظ جودة، 2009 : 171).

➤ الانحراف المعياري: ويعرف على انه الجذر التربيعي لوسط مربع انحرافات القيم عن وسطها الحسابي مع الاخذ بعين الاعتبار وجود نتيجة تتمثل بالصفر في حالة جمع الفروق لتعادل الفروق السالبة والموجبة، ولتجاوز هذه المشكلة يتم تربيع الانحرافات ومن ثم يتم احتساب الجذر التربيعي للمجموع (مصدر سابق، 2009 : 116).

➤ معامل الاختلاف: وهو معامل نسبي يستخدم للمقارنة بين ظاهرتين او اكثر ويتأكد استخدامه في حالة اختلال احد مقاييس التشتت وانه المقياس الوحيد الذي ليس له تميز

www.malaysia29.com/t/32219.html

➤ معامل ارتباط سبيرمان: معامل يعتمد على اساس اعطاء كل مفردة في كل متغير ترتيبا معين وليس على اساس قيمه المحددة، فعند التوصل الى ان ترتيب كل من هذه المفردات للمتغيرات الموجودة جميعا كونها متوافقة ومنسجمة اي بمعنى ان هناك ترابط بين هذه المتغيرات (محفوظ جودة، 2009 : 260)

➤ معامل الانحدار الخطي: ويستخرج هذا المعامل بالاساس لتقدير الصورة الرياضية للعلاقة بين متغيرين المستقل والتابع واستخدامه فيما بعد لدراسة مدى تاثير المتغير المستقل واحد او اكثر على متغير تابع محدد (مصدر سابق، 2009 : 266)

وباستخدام برنامج ال spss يتم التحليل الاحصائي كآتي:
اولا/ تحليل فقرات الاستبانة:

- المقارنة المرجعية: يظهر الجدول (1) ان مستوى المقارنه المرجعية في المنظمة المبحوثة كان متوسطا اذ بلغ الوسط الحسابي 3.528 وبانسجام عال للاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

الاختلاف 0.590 و 16.43% على التوالي، وقيس متغير المقارنه المرجعية بالفقرات (5-1) من الاستبانة وتراوحت بين اعلى قيمة حققتها الفقرة رقم 1 تعمل المنظمات على فحص نقاط القوة والضعف لنشاطها (بوسط حسابي متوسط 3.66 وانسجام جيد بالاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 0.873 و 23.85% على التوالي، وبين اقل قيمة حققتها الفقرة رقم 4) تجري المنظمات عملية مقارنة لمستويات انجازها مع المنظمات الرائدة والتي تماثلها في القطاع نفسه (بوسط حسابي متوسط اذ بلغ 3.34 وانسجام مقبول للاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 1.136 و 34.01% على التوالي وهذا يعني ان المنظمات تقارن مستواها مع نظيرتها من المنظمات في الصنائه نفسها بمستوى متوسط.

الجدول (1): الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمتغير المقارنة المرجعية.

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية
		3.528	0.580	16.43%	3
•	تعمل المنظمات على فحص نقاط القوة والضعف لنشاطها	3.66	0.873	23.85%	1
•	توجد مؤسسات اعلامية رائدة في القطاع الاعلامي يمكن مقرنتها مع المؤسسات الاعلامية العراقية	3.34	0.873	26.13%	2
•	هناك ضرورة لاعتماد المقارنة المرجعية لتقويم الاداء	3.77	1.087	28.83%	3
•	تجري المنظمات عملية مقارنة لمستويات انجازها مع المنظمات الرائدة والتي تماثلها في القطاع نفسه	3.34	1.136	34.01%	4

- **تقويم الاداء:** يبين الجدول (2) مستوى تقويم الاداء عاما اذ بلغ الوسط الحسابي 3.835 و بانسجام عال بالاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 0.568 و 14.81% على التوالي وتعكس هذه النتيجة بان المنظمة المبحوثة تقوم بتقويم اداء بمستوى متوسط، وقد تم قياس متغير تقويم الاداء بالفقرات (8-5) من الاستبانة وتراوحت بين اعلى قيمة حققتها الفقرة 7 هناك ضرورة لاعتماد المقارنة المرجعية الاداء (بوسط حسابي متوسط 3.83 وانسجام متوسط بالاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 0.785 و 20.49% على التوالي، وبين اقل قيمة حققتها الفقرة 8 تتعكس مستويات امتلاك المهارات الاتصالية للعاملين في المؤسسات الاعلامية على كفاءة الاداء في هذه المؤسسات بوسط حسابي متوسط 3.66 و بانسجام مقبول للاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 1.211 و 33.08% على التوالي.



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

الجدول (2): الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمتغير تقويم الاداء.

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية
1		3.835	0.568	14.81%	1
•	تعمل المنظمة على تقويم ادائها بصورة دورية لتحقيق اقصى كفاءة	3.86	1.00	25.90%	3
•	يتم الوصول الى اقصى كفاءة اداء عند الاستخدام الامثل للموارد المتاحة	4.00	0.840	21%	2
•	هناك ضرورة لاعتماد المقارنة المرجعية الاداء	3.83	0.785	20.49%	1
•	تتعرض مستويات امتلاك المهارات الاتصالية للعاملين في المؤسسات الاعلامية على كفاءة الاداء في هذه المؤسسات.	3.66	1.211	33.08%	4

- الاعلام الجماهيري الجديد: يعكس الجدول (3) مستوى متوسط للاعلام الجماهيري الجديد بوسط حسابي 3.464 و بانسجام جيد بالاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 0.525 و 15.15% على التوالي، وقيس متغير الاعلام الجماهيري الجديدي بالفقرات (9-12) من الاستبانة وتراوحت بين اعلى قيمة حققتها الفقرة) 11 هناك فوائد عده عند استخدام وسائل الاعلام الجماهيري الجديد لفئات عده في المجتمع (بوسط حسابي متوسط 3.80 و بانسجام جيد بالاجابات وبلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 0.797 و 20.97% على التوالي، وبين اقل قيمة حققتها الفقرة رقم 12) تتبع المؤسسات الاعلامية العراقية طرق واساليب جديدة في الاعلام الجماهيري تضاهي المؤسسات الاعلامية المشهورة عربيا ودوليا (وهي قيمة اقل من الوسط الفرضي البالغ 3 بوسط حسابي 2.66 و انسجام مقبول للاجابات اذ بلغ الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف 1.136 و 42.70 على التوالي وهذا يعني ان المؤسسات العراقية لا تضاهي المؤسسات الاعلامية العالمية والعربية).



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

الجدول (3): الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمتغير الاعلام الجماهيري الجديد.

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية
		3.464	0.525	15.15%	2
•	تطبيق المؤسسات الاعلامية طرق جديدة للاتصال الجماهيري بدلا من الطرق التقليدية	3.83	0.857	22.37%	2
•	يقاس معيار الاداء الاعلامي في المنظمة بما تتبعه هذه المنظمات من اساليب الاعلام الجماهيري الجديدة	3.57	0.815	22.82%	3
	هناك فوائد عده عند استخدام وسائل الاعلام الجماهيري الجديد لفئات عده في المجتمع.	3.80	0.797	20.97%	1
	تتبع المؤسسات الاعلامية العراقية طرق واساليب جديدة في الاعلام الجماهيري تضاهي المؤسسات الاعلامية المشهورة عربيا ودوليا.	2.66	1.136	42.70%	4

ثانيا: تحليل علاقات الارتباط المتغيرات الثلاث (المقارنة المرجعية، تقويم الاداء، الاعلام الجديد) وفقا للآتي:

- تحليل العلاقة بين المقارنه المرجعية (X) وتقويم الاداء (Z): يوضح الجدول (4) مصفوفه العلاقة بين المتغيرين باستخدام معامل الارتباط سبير مان بتوقع وجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين المقارنة المرجعية وتقويم الاداء، وبلغت العلاقة بين المتغيرين 0.50 وتحت مستوى معنوية 0.01 متوسطه الشدة، وهذه النتيجة مؤشر على التكامل والتفاعل بين القيام بالمقارنه المرجعية وتقويم الاداء.
- تحليل العلاقة بين المقارنة المرجعية (X) والاعلام الجماهيري الجديد (Y) يبينها الجدول ذاته مصفوفه العلاقة بين المتغيرين باستخدام معامل الارتباط سبير مان بتوقع وجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين المقارنة المرجعية والاعلام الجماهيري الجديد، وبلغت العلاقة بين المتغيرين 0.599 وتحت مستوى معنوية 0.01 متوسطه



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

الشدة، وهذه النتيجة مؤشر على الارتباط بين المقارنه المرجعية والاعلام الجماهيري الجديد.

- تحليل العلاقة بين تقويم الاداء (Z) والاعلام الجماهيري الجديد (Y) يوضح الجدول (4) مصفوفة العلاقة بين المتغيرين باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بتوقع وجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين تقويم الاداء والاعلام الجماهيري الجديد، وبلغت العلاقة بين المتغيرين 0.431 وتحت مستوى معنوية 0.01 متوسطه الشدة، وهذه النتيجة مؤشر على الارتباط بين تقويم الاداء والاعلام الجماهيري الجديد.
- الجدول (4): قيم معاملات الارتباط المقارنة المرجعية وتقويم الاداء والاعلام الجماهيري الجديد.

اسم معامل الارتباط	المتغيرات	المخرجات	x	z	y
معامل ارتباط بيرسون	x	قيمة معامل الارتباط	1.000	0.50**	0.60**
		عددافراد المجموعة بالدرجة-2		0.002	.000
		رقم المجموعة (حجم العينة)	35	35	35
	z	معامل الارتباط	0.50**	1.000	0.431**
		عدد افراد المجموعة بالدرجة-2	0.002		0.010
		رقم المجموعة (حجم العينة)	35	35	35
	y	معامل الارتباط	0.60**	0.431	1.000
		عددافراد المجموعة بالدرجة-2		0.000	0.010
		رقم المجموعة (حجم العينة)	35	35	35

** ارتباط عالي تحت مستوى دلالة 0,01 وبدرجة حرية - 2

ثالثا: تحليل تأثير المقارنة المرجعية وتقويم الاداء في الاعلام الجماهيري الجديد:
- تحليل تأثير المقارنة المرجعية (X) في الاعلام الجماهيري الجديد (Y) (نصت الفرضية الرابعة) تأثر المقارنة المرجعية تأثيرا ذي دلالة معنوية في الاعلام الجماهيري الجديد ولدى تنفيذ برنامج الانحدار اخطي البسيط ظهرت النتائج كما في الجدول (5) وكانت معطيات الجدول تشير الى ان المقارنة المرجعية انعكس تأثيرها معنويا في الاعلام الجماهيري الجديد بمستوى معنوية 0.01 وبدلالة قيمة F المحسوبة البالغة 15.834 وهي اعلى من الجدولية المثبتة اسفل الجدول، ويبدو ان تغييرا في مستوى المقارنة المرجعية ينعكس بالتأثير بنسبة قيمة بيتا البالغة 0.569 من الاعلام الجماهيري، وان المقارنة



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

المرجعية تشكل ما نسبته 32% من الاعلام الجماهيري، وتوفر هذه النتيجة دعما كافيا لقبول الفرضية الرئيسية الرابعة.

الجدول (5): قيم معاملات نماذج الانحدار لتاثير المقارنة المرجعية في الاعلام الجماهيري الجديد.

المتغير المستقل	معامل بيتا B	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	الدلالة
المقارنة المرجعية	0.569	32.4%	15.834	دال معنويا

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية 4.10=34

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية 7.20=34

- تحليل تأثير تقويم الاداء (Z) في الاعلام الجماهيري الجديد (Y) افترضت الفرضية الرئيسية الخامسة ((يأتري تقويم الاداء تأثير ذي دلالة معنوية في الاعلام الجماهيري الجديد)) ويشير الجدول (7) الى ان انعكاس تقويم الاداء في الاعلام الجماهيري الجديد بمستوى معنوية 0.05 وبدلالة قيمة F المحسوبه والبالغة 5.348 وهي اعلى من الجدولية، ويبدون ان تغيير في تقويم الاداء ينعكس تاثيره بنسبة قيمة بيتا البالغة 0.373 من الاعلام الجماهيري الجديد وان تقويم الاداء يشكل ما نسبته 13% من الاعلام الجماهيري الجديد، وهذه النتيجة توفر دعما كافيا لقبول الفرضية الرئيسية الخامسة.

الجدول (6): قيم معاملات نماذج الانحدار لتاثير تقويم الاداء في الاعلام الجماهيري الجديد.

المتغير المستقل	معامل بيتا B	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	الدلالة
تقويم الاداء	0.373	13.9%	5.348	دال معنويا

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية 4.10=34

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية 7.20=34

وعليه مما تقدم استخرجه من قيم تدل ان هناك ارتباط بين المتغيرات (المقارنة المرجعية وتقويم الاداء والاعلام الجماهيري وكذلك ان للمتغيرين الاول والثاني تاثير كبير على المتغير الثالث وهو ما يجسد فرضية البحث ومخطط هذه الفرضية.



المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً/ الاستنتاجات:

الاستنتاجات النظرية:

- 1- ان عملية تقويم الاداء تتم عن طريق مقارنة اداء فعلي مع المخطط دون البحث عما هو يمثل المعيار القائد لاداء النشاط المتماثل.
- 2- تعد اساليب تقييم الاداء وتقويمه الجديدة خيارا استراتيجيا، وليس ضرورة في الحياة العملية المعاصرة لاسيما اسلوب المقارنة المرجعية.
- 3- هناك خلط بان الاعلام الجدي يحل محل الاعلام التقليدي لاغياً له و انه ليس هناك اوجه للتكامل ما بين وسائل الاعلام الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية.

الاستنتاجات العملية:

- 1- لا يتم فحص نقاط القوة والضعف عند القيام بعملية تقويم الاداء المهني والاداري في المؤسسات لاسيما الاعلامية منها .
- 2- لم يتم اعتماد معيار للاداء الرائد(للمقارنة المرجعية) يتوافق وطبيعة اداء هذه المؤسسات .
- 3- محدودية المدارك والتوعية الاعلامية فيما يتعلق بتفاعلية وسائل الاتصال وتأثيره على العمليات الادارية ومنها تقويم الاداء والاتصال الاداري الفعال ومن ثم سلوك الفرد العامل.

التوصيات:

التوصيات النظرية:

1. لا بد من ان تتم عملية تقويم الاداء عن طريق مقارنة اداء فعلي مع المخطط معززة بالبحث عما هو يمثل المعيار القائد لاداء النشاط المتماثل.
2. القناعة بضرورة اختيار الاسلوب المناسب لتقييم الاداء وتقويمه الذي يعكس ضرورته لاسيما اختيار اسلوب المقارنة المرجعية.
3. على الرغم من ان هناك تفاوت بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي لا بد من التاكيد على انه لا تزال هناك اوجه للتكامل ما بين وسائل الاعلام الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية، اذ انه يستمر التعايش بينهما ويعزز احدهما الاخر.

التوصيات العملية:

1. لا بد فحص نقاط القوة والضعف عند القيام بعملية تقويم الاداء المهني والاداري في المؤسسات لاسيما الاعلامية منها.
2. ضرورة اعتماد معيار للاداء الرائد (للمقارنة المرجعية) يتوافق وطبيعة اداء هذه المؤسسات.



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للإعلام الجديد

3. العمل على توسيع المدارك والتوعية الإعلامية فيما يتعلق بتفاعلية وسائل الاتصال وتأثيره على العمليات الإدارية ومنها تقويم الاداء والاتصال الاداري الفعال ومن ثم سلوك الفرد العامل.

المصادر

أولاً/ المراجع:

- القرآن الكريم.
- الأحاديث النبوية الشريفة رواه الطبراني في (الأوسط) 891 والبيهقي في شعب (الإيمان) 334/4.

ثانياً/ المصادر العربية:

1. روجز كاو وآخرون بترجمة خالد العامري بالتعاون مع معهد المحاسبين الإداريين المعتمد (المحاسبة الإدارية) الطبعة الثانية، دار الفاروق للنشر والتوزيع والقاهرة، 2009.
2. الشيخ، البدوي (تحليل الاسس النظرية لمفهوم الاداء مجلة الباحث، الجزائر، 2010).
3. الزوري، رافد علي عبد الله، تقويم كفاءة الاداء لشركة المنصور العامة للمدة (1989-1999)، جامعة بغداد، كلية الادارة والاقتصاد، 2003.
4. جبرائيل جوزيف كحالة ورضوان حلوة حنان (المحاسبة الادارية، مدخل محاسبة المسؤولية وتقييم الاداء) الطبعة الاولى والاصدار الثالث، دار الثقافة، عمان، 2009.
5. (دليل الرقابة المالي، 2005: 95).
6. نصر الله، حنا، إدارة الموارد البشرية، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 2001، المنتدى العربي لأداره المورد البشرية - رياض مشرف.
7. المجموعة الثقافية في الموصل، 2008: 3-15.
8. الكرخي، مجيد عبد جعفر، (مدخل الى تقويم الاداء في الوحدات الاقتصادية)، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 2001.
9. عبد الرزاق، د. انتصار ابراهيم ود. الساموك: صدف حسام، الاعلام الجديد... تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع، الطبعة الالكترونية الاولى، سنة 2011.
10. الحيدري، عبد الله زين (الاعلام الجديد، النظام والفضوى) وقائع ابحاث المؤتمر الدولي للاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 نيسان، 2009.
11. الغفيلي: د. فهد بن عبد العزيز، الاعلام الرقمي... ماهيته... انواعه... آثاره، وزارة الداخلية السعودية، 2011.



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

١٢. شيخاني، سميرة، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق- المجلد 26- العدد الاول والثاني 2010.
١٣. سعود صالح، الاعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، جامعة الملك عبد العزيز- جدة، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الاسلامي، كانون الأول 2011.
١٤. جميل، بشرى، مدخل الاعلام الجديد (المفهوم والنماذج)، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 14، 2011.
١٥. الفيحان، إيثار عبد الهادي، المقارنة المرجعية الاستراتيجية في صناعة الالكترونيات، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد الرابع والخمسون 2005.
١٦. المطيري، مبارك مطلق، مدى ادراك المديرين لأسلوب المقارنة المرجعية في الاعمال الالكترونية واثره على تحقيق التفوق التنافسي لدى البنوك التجارية الكويتية، جامعة الشرق الاوسط، سنة 2011.
١٧. الجبوري: ميسر ابراهيم احمد والنعمي: احمد هاني محمد، بناء بيت الجودة باستخدام المقارنة المرجعية (أنموذج مقترح في التعليم العالي)، جامعة الموصل، مجلة تنمية الرافدين العدد 95 مجلد 31 لسنة 2009 .
١٨. الخطيب، سمير كامل (قياس دور المقارنة المرجعية وتحسين الاداء المنظمي: دراسة واقع حالة مع نموذج مقترح) اطروحة دكتوراه وكلية الادارة والاقتصاد/ الجامعة المستنصرية، 2002.
١٩. محفوظ احمد جودة، التحليل الاحصائي باستخدام SPSS، عمان، شارع الجمعية العلمية الملكية، دار وائل، 2009، الطبعة الثانية.
٢٠. محمد عبد العال النعمي وعمار عادل عناب، استخدام الطرق الاحصائية في تصميم البحث العلمي، الاردن، عمان، وسط البلد، شارع الملك حسين، مطبعة اليازوري، الطبعة الاولى، 2011.



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للاعلام الجديد

ثالثاً/ المصادر الاجنبية:

1. Ali Salman, Faridah Ibrahim, Mohd Yusuf Hj Abdullah, Normah Mustaffa & Maizatul Haizan Mahbob, The Impact of New Media on Traditional Mainstream Mass Media, School of Media and Communication Studies Faculty of Social Sciences and Humanities Universiti Kebangsaan Malaysia, The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal.
2. Wheelen, Thompson and Hunger David, (strategic management) , 11 th, ed Edition– Wesley publishing co. 2004.
3. Hilton, Maher & Selto, (cost management McGraw-hill, Inc., New Yourk, 2006.
4. William N. Lanen, Shnnon W. Anderson & Michael W. Maher (Fundamental of cost Accounting)3 ed ed McGraw-Hill Irwin, New York, 2011.
5. Hilton, Ronald W. (Managerial accounting) 7 th, ed Irwin mc graw hill co . 2008.
6. Mathis & Jackson, Mississippi, Library Media Specialist Performance Evaluation, Jackson Public School District 662 S. President Street, 3920, 2003.
7. Atkinson, Anthony A., Kaplan, Roberts, Matsumura, Ella Mae and young s.mark (Management Accounting) 5 th ed printice Hall International. Inc , 2007.
8. Pippa Norris “A. Virtuous Circle: Political Communications in PostIndustrial Societies.”(NY: Cambridge University Press, Fall chapter: Evaluating Media Performance, 2000.



الملاحق

نموذج الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

السادة والسيدات الأفاضل الفاضلات:

نرجو الإجابة على فقرات الاستبانة المعدة لقياس متغيرات البحث المعنون ب) تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية العراقية باستخدام المقارنة المرجعية للإعلام الجماهيري الجديد، ولكم جزيل الشكر والاحترام لتعاونكم بالجواب الموضوعي لغرض البحث العلمي حصراً، ولا داعي لذكر الاسم..

الباحثة المدرس د. حنان عبد الله حسن العمّار
ضع إشارة () أمام الاختيار الذي تراه مناسباً:

1. المنصب الوظيفي:

رئيس مؤسسة () ، رئيس تحرير () ، مدير إدارة () ، مدير تحرير () ، سكرتير تحرير () ، محرر () ، مراسل () ، مندوب () ، أخرى تذكر ()

2. التحصيل الدراسي:

إعدادية () ، دبلوم بعد الإعدادية () ، بكالوريوس () ، دبلوم عالي () ، ماجستير () ، دكتوراه ()

أ- المقارنة المرجعية: هي بحث المنظمة عن نقاط القوة والضعف منها مقارنة بنقاط القوة والضعف في المنظمات الرائد بنفس القطاع.

ت	الفقرة	اتفق بشدة	اتفق	نوعاً ما	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	تعمل المنظمات على فحص نقاط القوة والضعف لنشاطها					
2	توجد مؤسسات إعلامية رائدة في القطاع الإعلامي يمكن مقارنتها مع المؤسسات الإعلامية العراقية) المعيار					
3	هناك ضرورة لاعتماد المقارنة المرجعية لتقويم الأداء					
4	تجري المنظمات عملية مقارنة لمستويات انجازها مع المنظمات الرائدة والتي تماثلها في القطاع نفسه					



مجلة دراسات محاسبية ومالية المجلد التاسع- العدد 27
- الفصل الثاني - لسنة 2014
تقويم الأداء المهني والإداري في المؤسسات الإعلامية
باستخدام المقارنة المرجعية للإعلام الجديد

ب- تقويم الأداء: عملية تسعى لتحديد المسارات التي تستند على تحقيق أقصى كفاءة أداء بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة من قبل المنظمة فضلا عن تحسين الأداء باستخدام المقارنة المرجعية.

ت	الفقرة	اتفق بشدة	اتفق	نوعا ما	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	تعمل المنظمة على تقويم أدائها بصورة دورية لتحقيق أقصى كفاءة					
2	يتم الوصول إلى أقصى كفاءة أداء عند الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة					
3	هناك ضرورة لاعتماد المقارنة المرجعية لتقويم الأداء					
4	تتعرض مستويات امتلاك المهارات الاتصالية للعاملين في المؤسسات الإعلامية على كفاءة الأداء في هذه المؤسسات					

ج- الإعلام الجماهيري الجديد: يتمثل بالطرق الجديدة للاتصال بين فئات عدة متنوعة من الجماهير الناس لتبادل المنافع والمعلومات ليتمكن المستقبل المستلم (للمسألة من أن يكون مرسلًا أيضًا، غير متقيد بالطرق الإعلامية التقليدية) (الإعلام التقليدي) (ويمثل الإعلام الجماهيري) الجديد المعيار الإعلامي.

ت	الفقرة	اتفق بشدة	اتفق	نوعا ما	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	تطبق المؤسسات الإعلامية طرق جديدة للاتصال الجماهيري بدلا من الطرق التقليدية					
2	يقاس معيار الأداء الإعلامي في المنظمة بما تتبعه هذه المنظمة من أساليب الإعلام الجماهيري الجديدة					
3	هناك فوائد عدة عند استخدام وسائل الإعلام الجماهيري الجديد لفئات عدة في المجتمع					
4	تتبع المؤسسات الإعلامية العراقية طرق وأساليب جديدة في الإعلام الجماهيري تضاهي المؤسسات الإعلامية المشهورة عربيا ودوليا					