

الرصد الإعلامي لأداء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة

دراسة تقييمية

أ.د. خالد صلاح الدين حسن علي*

مقدمة:

برزَ مصطلح الرصد Monitoring في سياق المجتمعات الصناعية وتلك التي انتهجت المسار الديمقراطي حيث دأبت تلك المجتمعات على توظيف آلية الرصد بوصفها عيناً ثاقبةً تراقب عن كثب أداء المؤسسات والكيانات المجتمعية المعتبرة القائمة بها؛ بغية تعضيد أداء تلك المؤسسات والكيانات المجتمعية أو تطويره أو على العكس تعديله وإصلاحه حال خروجه عن المسؤولية الاجتماعية، أو إضراره بالمقدرات المادية والمعنوية لتلك المجتمعات عبر الزمن.

وقد تبنت المجتمعات الصناعية والديمقراطيات الراسخة عملية الرصد في إطار كونها آلية منظّمة وديناميكية لتنظيم وتحليل وتقويم الأداء الواقعي للمؤسسات المجتمعية باختلاف تصنيفاتها سواء الرسمية أو غير الرسمية ، وكذلك الربحية وغير الهادفة للربح بما أتاح لتلك المجتمعات ضبط وتطوير أداء مؤسساتها المختلفة في إطار منظومة متناغمة تصب في بوتقة الصالح العام لتلك المجتمعات ، وتضمن لها الاستقرار واستكمال مسيرة التقدم نحو دولة الرفاهية.

وقد أفضت آلية رصد الأداء المؤسسي إلى إفراس مفاهيم تطويرية مهمة مثل مفهومي الجودة والتميز Quality and Excellence؛ والتي أفادت منها الدول المتقدمة بدرجات متزايدة في العقود الأخيرة وبخاصة منذ العقد الأخير من القرن العشرين.

ويعتقد بعض المؤرخين في مجال نشأة الإعلام وتطوره أن آلية الرصد الإعلامي Media Monitoring^(*)؛ إنما تعود إلى منتصف القرن الثامن عشر حيث برزت بعض الخدمات الصحفية التي ترصد موضوعات مهمة بعينها؛ وبخاصة الموضوعات الاقتصادية والتجارية وتقوم تلك الخدمات بتجميع المواد الصحفية المنشورة بالصحف المختلفة في هيئة قصاصات مجمعة Press Clipping/or Cutting؛ وتمد بها العملاء بمقابل مالي.

وفي الخمسينيات من القرن الماضي ومع الانتشار الواسع للمحطات التلفزيونية برزت آلية رصد المضامين والمواد المسموعة والمرئية Broadcast Monitoring؛ من خلال شركات متخصصة اضطلعت بتسجيل تلك المضامين والمواد على وسائط سمعية وبصرية مع تصنيفها وتحليلها، وإعداد تقارير بشأنها للعملاء، وكذلك صنّاع القرار في المجتمع.⁽¹⁾

* أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

وقد شهدت أنشطة الرصد الإعلامي اهتماماً بالغاً ورواجاً ملحوظاً منذ العقدين الأخيرين من القرن الماضي حيث تزايدت المخاوف من التأثيرات السلبية وغير المسؤولة اجتماعياً لوسائل الإعلام بشأن تكريسها لثقافة العنف والإباحية والتمييز ضد الأقليات والمرأة، فضلاً عن المضامين السياسية التي تجنح نحو الاستقطاب السياسي، وتكريس أحادية الرأي، وتضليل الرأي العام والاستخفاف به، والتهوين من القيم الديمقراطية لصالح المفاهيم الشمولية والسلطوية.

وفي ضوء الطرح الحالي؛ يؤكد الباحثون المعنيون بالرصد الإعلامي أن البنية المؤسسية لكثير من وسائل الإعلام والتي ارتكزت إلى مفهوم الربحية وتجاهل مفهوم الخدمة العامة قد أدى بدوره إلى ممارسات تنسم باللامهنية واللاأخلاقية لتلك الوسائل بما في ذلك المواد التي لا تنتجها وتكتفي فقط بنشرها وبثها وبخاصة الإعلانات؛ حيث دأبت تلك الوسائل على إبراز تنصلها من المسؤولية المهنية والقانونية والاجتماعية لبث المواد الإعلانية التي تضر المستهلكين أو تنشر بينهم مفاهيم غير أخلاقية بهدف جذبهم لشراء سلعة معينة أو الإقبال على خدمة بعينها؛ وإزاء ذلك تعاضد الباحثون وغيرهم من خبراء الإعلام على أهمية توظيف آلية علمية منظمة لمراقبة المضامين الإعلامية السلبية والعمل على حشد المجتمع بكل أنظمتها الفرعية لمواجهة تلك المضامين والحد من تأثيراتها السلبية وغير المرغوبة على الفرد والجماعات الاجتماعية والمجتمع في مجمله.⁽²⁾

وقد اقتصر مفهوم الرصد الإعلامي في بداياته الأولى على عمليتي التسجيل والتوثيق للمضامين الإعلامية المختلفة المطبوعة والمسموعة والمرئية؛ إلا أن آلية الرصد الإعلامي قد شهدت تطوراً ملحوظاً في الآونة الأخيرة من خلال استنادها إلى البحوث العلمية المقتنة Well-established Methodology.⁽³⁾

وقد تبنت الدول المتقدمة وبخاصة دول الاتحاد الأوروبي آليات الرصد الإعلامي وعملت على تطويرها، ووضعها ضمن أجندتها الخاصة بمراقبة وتتبع الخطاب السياسي في وسائل الإعلام المختلفة. ويعتقد الباحثون المعنيون بالرصد الإعلامي أن أوروبا إنما قامت بتبني آليات الرصد الإعلامي بغية الحفاظ على قيمها الثقافية القائمة على التنوع والتسامح والانفتاح الفكري وقبول الآخر؛ ومن ثم فقد اهتمت دول الاتحاد الأوروبي برصد المضامين السياسية بوسائل الإعلام الأوروبية للتعرف على مدى التزامها بحرية الإعلام والتعبير والتنوع الإعلامي Media Diversity. وفي سياق مواز قامت كيانات أوروبية وأمريكية اصطبغت بعد ذلك بالصبغة العالمية برصد المضامين الإعلامية في السياقات الثقافية المختلفة سواء في الدول المتقدمة أم النامية بهدف التعرف على حدود حرية الإعلام بتلك الدول، ومدى التزام وسائل الإعلام بها بانتهاج التسامح الفكري، والتعددية السياسية، وحرية الرأي والتعبير، ومن أبرز تلك الكيانات؛ بوتقة الحرية أو "بيت الحرية" Freedom House، والاتحاد الدولي للصحفيين International Federation of Journalists (IFJ)، وصحفيون بلا حدود Reporters Without Borders، والهيئة الأمريكية للبحوث وتبادل

البيانات والمعلومات (IREX) International Research and Exchanges فضلاً عن البنك الدولي The World Bank.

وقد امتد الاهتمام بالرصد الإعلامي إلى المنظمات الدولية منذ العقد الأول من الألفية الثالثة حيث دشنت منظمة اليونسكو برنامجها الدولي حول تطوير وسائل الإعلام عام 2008م، وتضمن البرنامج آليات مستحدثة للرصد الإعلامي المقنن للمضامين الإعلامية المرتبطة بحرية الإعلام في الدول المختلفة، وبخاصة الدول النامية والديمقراطيات الناشئة أو الوليدة. وقد ساهم البرنامج المذكور في تطوير آليات عديدة كمية وكيفية للرصد المنتظم والموضوعي للمضامين الإعلامية وبخاصة السياسية والثقافية والاقتصادية منها⁽⁴⁾.

وفي السنوات الأخيرة أضحى الرصد الإعلامي من الأنشطة المعيارية السائدة في الدول المتقدمة وبعض الدول النامية؛ وقد أضحى الرصد الإعلامي بمثابة الرافد الرئيس للمعلومات عن أداء وسائل الإعلام ومدى التزام تلك الوسائل بالمسؤولية الاجتماعية؛ وقد كان لذلك أبلغ الأثر في تطوير آليات حماية جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام حيث دفعت تقارير الرصد الإعلامي المنظمات غير الحكومية والكيانات الأكاديمية لتبني برامج تحسين الجماهير وحمايتهم من التأثيرات غير المرغوبة للإعلام من خلال تطبيق برامج محددات الوعي الإعلامي Media Literacy؛ والتربية الإعلامية Media Education.

وتبدو الأهمية البالغة لتطبيق الآليات المعيارية للرصد الإعلامي في السياق الثقافي المصري وبخاصة بعد ثورة 25 يناير 2011م؛ والتي شهدت خروجاً ملحوظاً للعديد من وسائل الإعلام الحكومية والخاصة عن الممارسات المهنية، والجنوح صوب تأجيج الانقسامات السياسية في المجتمع، والخروج على العادات والتقاليد المرعية، وإعلاء المصالح الشخصية الضيقة؛ فضلاً عن الضبابية وعدم الاكتران بشأن الالتزام بميثاق شرف مهني يضبط أداء تلك الوسائل خلال تلك المرحلة الحرجة التي يمر بها المجتمع المصري.

ويسعى الباحث في الدراسة الحالية إلى إجراء تقويم للرصد الإعلامي من حيث المفهوم، والأهداف، والمجالات، والمناهج والأدوات، والتجارب الدولية والإقليمية، وآفاق التطوير.

محددات الدراسة التقويمية:

ينتمي البحث الحالي إلى البحوث التقويمية Evaluation Research؛ التي تهتم بدراسة العلاقة الوظيفية بين الأهداف وآليات تنفيذها، وجودة النتائج المتحققة؛ فضلاً عن رصد المتغيرات التي ساهمت في تحقيق الأهداف المرجوة في مقابل المتغيرات التي مثلت معوقات في سبيل تحقيق تلك الأهداف. وتهتم البحوث التقويمية بالإصلاح

وضبط مسار الأداء، والتطوير بما يصب في صالح الأفراد والجماعات الاجتماعية والمجتمع في مجمله.

وتتعامل البحوث التقييمية مع الرصد الإعلامي بوصفه نمطاً من أنماط التدخل الاجتماعي Social Intervention؛ الذي تفرضه الضرورة للحفاظ على الأداء المسئول للإعلام على المستويين المؤسسي والإنتاجي المرتبط بنشر وبحث الرسائل والمضامين التي تؤثر في معارف الرأي العام واتجاهاته وسلوكياته في الواقع الاجتماعي المعاش. وفي هذا الصدد ترصد البحوث التقييمية بنية الرصد الإعلامي وقدرته على سبر أغوار المضامين الإعلامية وتحليلها، وتقويمها بما يسمح بتعديلها أو تطويرها من قبل القائمين عليها في إطار وجود عين راصدة لعملية التغيير والتطوير المنشودة تتمثل بالدرجة الأكبر في الكيانات غير الحكومية وصنّاع القرار والحكام، وراغبي الإصلاح في المجتمع. وفي ضوء الطرح السابق يمكن القول أن البحوث التقييمية تركز إلى تبادلية المشكلة والعلاج⁽⁵⁾ حيث يمكن النظر إلى الأداء غير المسئول لوسائل الإعلام بوصفه المشكلة، ومن ثمّ فإن الرصد الإعلامي الدوري والمستمر لخروقات تلك الوسائل إنما يُمثّل الحلقة الرئيسية في العلاج وحماية المجتمع من تداعيات هذا الأداء غير المسئول.

وترتكز البحوث التقييمية على ثلاث ركائز على النحو التالي:

أولاً: مؤشرات الواقع الاجتماعي Social Reality Indicators؛ حيث تهتم البحوث التقييمية بقياس مظاهر تفاقم المشكلة مع القياسين المتزامن والبُعدي لدور آليات المواجهة والعلاج في الحد من تفاقم تلك المشكلة وتداعياتها السلبية على المجتمع.

ثانياً: تقويم جودة النتائج المرجوة في ضوء الأهداف المعلنة.

ثالثاً: منظومة الأخلاق التي يتم الاستناد إليها بوصفها المرجعية الرصينة في عمليتي المواجهة والإصلاح.

ويتم توظيف البحوث التقييمية في الرصد الإعلامي على مستويين، أولهما؛ المستوى الممتد والعام The Macro-Level المرتبط بالمتغيرات العامة المؤثرة في الأداء الإعلامي والتي تنسم بالتعقيد والتشابك، وثانيهما؛ المستوى الضيق والمحدد The Micro-Level والذي ينصب على المضامين الإعلامية المحددة.⁽⁶⁾

ويسعى المستوى الممتد أو العام من البحوث التقييمية للإجابة على التساؤلات التالية:

- (1) ما البناء الهيكلي والمؤسسي للوسيلة الإعلامية المعنية؟، وما مدى قدرته على تحقيق أهداف تلك الوسيلة في المجتمع؟
- (2) ما طبيعة الاتصال التنظيمي السائد في الوسيلة الإعلامية المعنية؟ وما تأثيره على كفاءة مخرجات الأداء الإعلامي لتلك الوسيلة؟
- (3) ما مدى وعي الكوادر الإعلامية بالسياسة الإعلامية للوسيلة المعنية؟ وما أدواتهم التي يوظفونها في تكريس التواصل الفعّال مع الجماهير؟

- (4) ما حدود تبني الوسيلة الإعلامية للمستحدثات والتقنيات المعاصرة التي تضمن جودة الرسائل الإعلامية الموجهة لقطاعاتٍ مختلفةٍ من أفراد الجمهور؟
- (5) ما التأثيرات المحتملة للأداء الإعلامي للوسيلة محل الرصد الإعلامي لدى قطاعات الجمهور؛ باختلاف خصائصهم الديموجرافية والثقافية والاجتماعية؟
- على الجانب الآخر؛ يُركّز المستوى الضيق أو المحدد للرصد الإعلامي في إطار المنظور التقويمي على الإجابة عن التساؤلات المرتبطة بالمضامين الإعلامية تحديداً؛ وتتمثل تلك التساؤلات المقتضية فيما يلي:

- (1) هل تُوجّه وسائل ووسائط إعلامية رشيدة في ضوء احتياجات البيئة الإعلامية، واحتياجات قطاعات الجمهور المختلفة؟
- (2) هل تُنتج المواد والرسائل الإعلامية المواتية للجماهير المستهدفة؟
- (3) هل نستخدم الآليات والمداخل السليمة لاشباع احتياجات الجماهير؟
- (4) هل نقدم الرسائل والمواد الإعلامية للجماهير في التوقيتات المناسبة والصحيحة؟
- (5) هل نفكر في التأثيرات غير المرغوبة للرسائل الإعلامية في ضوء إلماننا بخصائص الجماهير المستهدفة؟
- (6) هل نضع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقيات المهنية نُصب أعيننا في بيئة العمل الإعلامي؛ وفي ظل الضغوط المهنية، وضغوط المنافسة الخارجية؟

ووفقاً للمنظور التقويمي فإن ثمة أخطاءً فادحةً تقع بها وسائل الإعلام بما يفرض على المؤسسات الحكومية والأهلية أن تتخذ فعاليات وأنشطة للحد من التأثيرات السلبية لتلك الأخطاء على البيئتين الإعلامية والاجتماعية؛ وتتمثل تلك الأخطاء بدورها فيما يلي:

- الالتزام بأهدافٍ غير واقعية Unrealistic Objectives.
- صياغة رسائل إعلامية غير واضحة وتجنح للتضليل Unclear Messages.
- التوقيت الخاطئ لبث الرسائل الإعلامية المعينة Wrong Timing.
- استخدام أدوات وتكنيكات خاطئة في الوصول للجمهور Wrong Tools.
- توجيه الخطاب الإعلامي للجماهير غير المعنية به - غياب فهم الجمهور المستهدف. (7)

ويتميز المستوى المحدد من الرصد الإعلامي في كونه يتتبع ويراقب المضامين الإعلامية التي تهتم بموضوعاتٍ وقضايا بعينها؛ فوفقاً للتجارب الإقليمية والدولية للرصد الإعلامي فإن المراكز والوكالات التي انخرطت في أنشطة الرصد الإعلامي قد ارتكزت في عملية الرصد والتحليل والتقويم على موضوعاتٍ سياسية واقتصادية وثقافية ورياضية محددة مثال ذلك:

- التغطية الإعلامية في سياق الانتخابات البرلمانية والرئاسية (8)
- حرية الرأي والتعبير المتاحة في وسائل الإعلام.
- إشكاليات الوصول إلى وسائل الإعلام والتعددية السياسية.
- الخطاب الإعلامي بشأن الأقليات والمرأة والأطفال (9)
- الخطاب الإعلامي بشأن التمييز والفصل العنصري (10)
- الإعلام والريبة السياسية وغياب الثقة في الرموز السياسية.
- الخطاب الإعلامي بشأن المشاركة السياسية.
- التداول الإعلامي لمحددات المواطنة وقضاياها المعاصرة.
- التغطية الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان.
- الخطاب الإعلامي بشأن الإصلاحات السياسية والتشريعية.
- حدود الالتزام بالمعايير المهنية في الممارسات الإعلامية المختلفة (11)
- معالجة الإعلام للأزمات الاقتصادية.
- الشفافية في البيانات الإعلامية الاقتصادية والمالية.
- الخطاب الإعلامي بشأن الإصلاحات الاقتصادية.
- التغطية الإعلامية لتقارير الأجهزة الرقابية على المال العام.
- معالجة الإعلام لقضايا الإبداع الثقافي.
- الخطاب الإعلامي بشأن حقوق الملكية الفكرية للمبدعين.
- الإعلام ونشر ثقافة قبول الآخر.
- التغطية الإعلامية للكوارث الطبيعية والإنسانية (12)
- التداول الإعلامي للأحداث الرياضية الإقليمية والدولية.

وبصفة عامة؛ فإن التجارب الإقليمية والدولية تنصب في معظمها ضمن بوتقة المستوى المحدد للرصد الإعلامي؛ بيد أن ثمة تجارب رصينة للرصد الإعلامي في بعض الدول الأوروبية مثل فرنسا والدول الإسكندنافية، وكذلك بعض الدول الآسيوية كاليابان وماليزيا وكوريا الجنوبية قد دأبت بدورها على اتباع آليات الرصد الإعلامي لمزيج من الأهداف والتساؤلات الواردة ضمن طيات المستويين العام والمحدد وذلك وفقاً لاحتياجات الأطراف المستفيدة من عملية تقويم الأداء الإعلامي سواءً أكانت المؤسسات الإعلامية ذاتها، أم المسؤولون عن تشكيل البيئة الإعلامية في المجتمع، أم المنظمات والجمعيات غير الحكومية المهتمة بضبط الأداء الإعلامي، أم صنّاع القرار المعنيون بربط أداء وسائل الإعلام باحتياجات المجتمع وطموحاته وتطلعاته المنشودة عبر الزمن.

محددات الرصد الإعلامي:

شهدت الآونة الأخيرة تحولاً ملحوظاً في التعامل مع وسائل الإعلام في السياقات الثقافية الغربية بما في ذلك الولايات المتحدة الأمريكية حيث أكد الخبراء في مجال الإعلام على أهمية تخطي فكرة توظيف وسائل الإعلام في تعضيد التنمية والتطوير Media for Development إلى فكرة أخرى أكثر أهمية ألا وهي تطوير الإعلام أولاً Media Development؛ إذ لا يمكن للتنمية أن تتحقق في ظل الأداء السلبي

وغير المسئول لكثير من وسائل الإعلام؛ فالتنمية عامةً والمستدامة بوجه خاص يلزمها إعلام متطور يدرك أجندة المجتمع ويعمل على تعضيدها ويبتعد في ممارساته عن الإقصاء والازدراء، وثقافة الاستهلاك وإهدار الموارد، وتجاهل المضامين الإعلامية لحقوق الأجيال القادمة. ووفقاً للخبراء أنفسهم فإن تطوير الإعلام أولاً يعني وضع الحصان أمام العربة، والقاطرة أمام جسم القطار بعرباته المتعددة؛ ولا يتم ذلك إلا عبر آليات علمية منتظمة ومقننة تسمح بتتبع ومراقبة الأداء الإعلامي بغية تطويره ليكون رافداً مهماً من روافد تعضيد التنمية والرفاهية في المجتمع.

وفي السياق ذاته؛ يؤكد مستشارو المنظمات والهيئات الدولية على أن ضبط الأداء في المؤسسات عامةً والمؤسسات الإعلامية بصفة خاصة لا يتم إلا من خلال الرصد العلمي المقنن الذي يقدم بدوره معلوماتٍ رشيدة تقود بدورها إلى قراراتٍ رشيدة بشأن ذلك الأداء الذي يتم التعامل معه في ضوء تقارير الرصد عبر ثلاث عمليات رئيسية هي:

- التعديل الرشيد المدرك للموارد المتاحة والأهداف المرجوة The Fine-Tuning.

- إعادة التوجيه The Reorientation.

- التخطيط المتكامل على المديين القريب والبعيد نسبياً The Planning (13).

ووفقاً للمقولات والأطروحات العلمية للمنظور التقويمي The Evaluation Perspective، - والذي يتبناه الباحث في الدراسة الحالية-؛ يؤكد منظرو الرصد الإعلامي أن مفهوم الأداء الإعلامي يعني تحديداً توجه الوسيلة الإعلامية المعينة صوب تحقيق أهداف ووظائف ومخرجاتٍ بعينها تصب في مصلحة الجمهور بقطاعاته المختلفة، وتجعل تلك الوسيلة رافداً مهماً في تطوير البيئتين المعرفية والاتصالية للمجتمع. وفي ضوء هذا الطرح التقويمي تبدو من الأهمية بمكان الرصد الإعلامي لمضامين ورسائل تلك الوسيلة وتقييمها معيارياً وفقاً للضوابط المهنية ودواعي المسؤولية الاجتماعية. ويعني ذلك أن الرصد الإعلامي سيُمثل عبر الزمن نبراساً تهتدي به تلك الوسيلة وكوادرها الإعلامية في اقتفاء أثر الأداء الإعلامي الرصين والمسئول والمرتبط بهوموم المجتمع وقضاياها المهمة؛ كما سيضطلع الرصد الإعلامي في هذا الصدد بوظيفة جرس الإنذار المبكر حال خروج الوسيلة عنها عن المهنية أو انحرافها عن متطلبات المسؤولية الاجتماعية (14).

ويتضح من الطرح السابق أن الباحثين والخبراء في السياقات الثقافية المختلفة قد تناولوا مفهوم الرصد الإعلامي في ضوء كونه ضرورة للإنذار بالخطر الناجم عن الأداء الإعلامي السلبي وغير المسئول وبخاصة فيما يتعلق بتهديد الأمن والاستقرار الاجتماعي؛ ومن ثم فقد سادت لفتراتٍ طويلةً الأطروحات الخاصة بأن المحدد الرئيس لسير أغوار الرصد الإعلامي هو كونه الآلية العلمية لتتبع ومسح المضامين الإعلامية لإقامة الحجة والبرهان على وسائل الإعلام المختلفة بشأن مضامينها الكارثية كالتحريض على العنف، وتغذية التطرف، وتعضيد الإرهاب، وتكريس

الانقسامات السياسية في المجتمع؛ وغيرها من المضامين الضارة التي يدفع المجتمع ثمناً باهظاً في مواجهتها والحد من تداعياتها السلبية عبر الزمن. ويعني ذلك أن الرصد الإعلامي هو آلية وقائية لاستكشاف الصراعات والخلافات التي قد تنشأ عن المضامين الإعلامية غير المسئولة⁽¹⁵⁾؛ ومن ثم ينبغي على صنّاع القرار والسياسات تعضيد أنشطة الرصد الإعلامي للحفاظ على المجتمع والحيلولة دون تغول الإعلام وهيمنته على الرأي العام عبر تضليله والاستخفاف به والزج به في أتون الخلافات والانقسامات؛ وبخاصة في الدول النامية التي تتراجع فيها معدلات التعليم، ويسودها الفقر والتهميش.

ويستند أنصار المحدد الوقائي للرصد الإعلامي إلى الدور الإعلامي التحريضي الذي اضطلعت به وسائل الإعلام في رواندا والتي أفضت إلى حرب أهلية وإبادة جماعية حصدت أرواح أكثر من مليون رواندي خلال الفترة من إبريل إلى منتصف يوليو 1994م.

كما تكرر النموذج الإعلامي التحريضي ذاته في يوغوسلافيا سابقاً ضد المسلمين بالبووسنة والهرسك خلال الفترة ما بين أعوام 1992-1995م.

كما يُشير أنصار المحدد الوقائي لمفهوم الرصد الإعلامي إلى أن بعض الدول النامية، والدول في مرحلة الانتقال السياسي قد تعتمد وسائل الإعلام بها للتحريض ضد المعارضة السياسية مما يُجهض بدوره تحول تلك الدول إلى الديمقراطية؛ ومن ثم يبدو الرصد الإعلامي آلية مهمة لإقامة الحجة على النُخب السياسية وصنّاع المضامين الإعلامية التحريضية من خلال الوثائق والمواد المسجلة التي تتوافر عبر عملية الرصد الإعلامي المنتظمة عبر الزمن.

وينظر فريق آخر من الباحثين إلى الرصد الإعلامي من خلال المحدد الثقافي *The Cultural Perspective*؛ حيث يعتقد هؤلاء الباحثون أن الرصد الإعلامي يُمثل آلية مهمة للتحكم في الطيف الثقافي السائد في المجتمع. ووفقاً للباحثين أنفسهم فإن الثقافة تنطوي بدورها على العادات والتقاليد وأنماط المعيشة والأداب والفنون، وتمتد لتشمل العقائد والأفكار والرؤى التي تضبط حركة المجتمع بأنساقه المختلفة.

ووفقاً للمحدد الثقافي فإن الهدف الرئيس للرصد الإعلامي هو التعرف على أجندة اهتمامات وسائل الإعلام، والوقوف على الرؤى والأفكار والمفاهيم التي تطرحها على أفراد الجمهور، فضلاً عن تقييم دور تلك الوسائل في خدمة ثقافة المجتمع والحفاظ على مقدراته المعنوية وخصوصيته الثقافية، وحماية الرأي العام من التأثيرات الثقافية الوافدة التي تسعى لطمس هوية المجتمع وتذويبه في سياقات ثقافية مغايرة تقضي على سمات تفرده في مقابل المجتمعات أو السياقات الثقافية الأخرى.⁽¹⁶⁾

على الجانب الآخر؛ ثمة فريق من الباحثين الذين يعتقدون أن المحدد الأبرز للرصد الإعلامي يتمركز حول الهدف الجوهرى من إجراءاته؛ ووفقاً لهؤلاء الباحثين

فإن الهدف والغاية المثلى من الرصد الإعلامي هو التقويم العلمي والمنتظم للمضامين الإعلامية؛ وارتباط هذا التقويم ارتباطاً عضوياً بتطوير وتحسين أداء وسائل الإعلام بما يصب في صالح المجتمع على اعتبار أن جودة المضامين والرسائل الإعلامية تدفع المجتمع إلى الأمام، وتُمثّل السياج الآمن للحفاظ على المقدرات المادية والمعنوية للمجتمع. (17)

ويطرح التراث العلمي الرصين لمفهوم الرصد الإعلامي ثلاثة مساراتٍ مختلفةٍ بشأن عملية الرصد وما تنطوي عليه من أنشطة وآليات تتعامل عن كثب مع المضامين الإعلامية المختلفة المطبوعة والمسموعة والمرئية والرقمية. وتتمثل تلك المسارات الثلاثة فيما يلي:

أولاً: المنظور التقليدي The Traditional Perspective؛ الذي يحدد الرصد بوصفه تسجيلاً مجرداً وأميناً للمضامين الإعلامية من خلال التوثيق المباشر لها على وسائط الحفظ والتخزين المختلفة.

ثانياً: المنظور الوظيفي The Functional Perspective؛ ويؤكد على عدم اقتصر الرصد على عملية التسجيل والتوثيق فقط، بل يمتد الأمر ليشمل عملية التصنيف في فئات دلالية محددة من حيث الموضوع أو القضية أو الطرح الفكري أو الشخصيات البارزة والقوى الفاعلة في المضامين الإعلامية المختلفة.

ثالثاً: المنظور المتكامل The Cross-level Perspective؛ ويهتم بسبر أغوار المتغيرات والعوامل المؤثرة في إنتاج المضامين الإعلامية، فضلاً عن الوقوف على أهدافها ومراميتها وتوقع طبيعة تأثيراتها في ضوء المعرفة بخصائص الجمهور المستهدف. (18)

ويعتقد الباحث أن مفهوم الرصد الإعلامي أضحى من المفاهيم التي تنطوي على قدرٍ متزايدٍ من الأهمية سواءً العلمية أم التطبيقية؛ ومن ثمّ ينبغي التعامل مع هذا المفهوم في ضوء وجهى التعريف النظري والإجرائي معاً. وفي هذا الصدد يُعرّف الباحث الرصد الإعلامي بأنه:

"نمطٌ من أنماط الأنشطة المنظّمة التي تستهدف متابعة المضامين والرسائل المعينة في وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والرقمية لأهدافٍ ومرامٍ سياسية أو تجارية أو ثقافية أو تاريخية وترتبط أنشطة الرصد الإعلامي ارتباطاً عضوياً بعمليات التخطيط والإدارة وصناعة القرارات؛ وتكمن غايتها الكبرى في تحسين وتطوير أداء المؤسسات الإعلامية وتعزيد عملية إنجازها لأهدافها المنشودة عبر الزمن".

ومن الناحية الإجرائية؛ يؤكد الباحث على أن الرصد الإعلامي ينطوي على العديد من العمليات الفرعية المترابطة عضوياً ووظيفياً؛ وتتمثل بدورها فيما يلي:

- وضع المخطط الفكري والتطبيقي لعملية الرصد الإعلامي.

- اختيار الوسائل الإعلامية محل الرصد والمتابعة.
 - اختيار المضامين الإعلامية المعينة.
 - وضع الجدول الزمني لعملية الرصد الإعلامي.
 - تنفيذ أنشطة الرصد والمتابعة والتسجيل والتوثيق للمضامين الإعلامية.
 - تصنيف المضامين الإعلامية وتحليلها كمياً أو كيفياً أو الاثنين معاً.
 - تقويم المضامين في ضوء عملية التحليل الموضوعي لها مع استخلاص النتائج والأطروحات البارزة الواردة في تلك المضامين.⁽¹⁹⁾
- وفي السياق ذاته؛ ينبغي الإشارة إلى أن ثمة سماتٍ نظريةٍ ومنهجيةٍ تنطوي عليها العمليات الإجرائية الخاصة بتنفيذ أنشطة الرصد الإعلامي الاحترافية؛ وتتمثل تلك السمات فيما يلي:

1. بروز الوسائل الإعلامية محل الرصد؛ نظراً لأن عمليات الرصد الإعلامي لا تتم في الأغلب الأعم على كافة وسائل الإعلام لوجود العديد من المعوقات التي تحول دون ذلك ولعل أبرزها المعوقات المالية والبشرية وتلك المرتبطة بضغوط الوقت والإنجاز.
2. بروز المضامين الإعلامية المعينة؛ فالرصد الإعلامي ليس مطلقاً فيما يتعلق بالمضامين والمواد الإعلامية وإنما يتركز على رصد وتوثيق وتحليل مضامين بعينها ترتبط ارتباطاً مباشراً بتوجيه الرأي العام؛ وتؤثر في البناءات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجماهير، وقد تمتد للتأثير في النخب وعملية صناعة القرارات.
3. المدى الزمني البارز؛ وفي هذا الصدد تُشير التجارب الإقليمية والدولية إلى أن أنشطة الرصد الإعلامي غالباً ما تنصب على المضامين الإعلامية خلال الأحداث الجسام كالحروب والأزمات والصراعات المسلحة، وكذلك الفترات الزمنية الساطعة كفترات الانتخابات والاستفتاءات وفترات التحول السياسي. وينطوي المدى الزمني للرصد الإعلامي على ثلاثة مساراتٍ رئيسية تتمثل بدورها في الرصد التراكمي الممتد والمستمر عبر الزمن في مقابل الرصد المرحلي خلال فترةٍ أو فتراتٍ زمنيةٍ بعينها؛ مروراً بالرصد المستند إلى الفترات الحرجة التي تحظى بتغطيةٍ إعلاميةٍ مكثفةٍ أو ما يُعرف بنموذج التركيز والتكثيف The Impulse Model.
4. التوثيق عبر وسائطٍ متنوعة؛ ويؤكد خبراء الرصد الإعلامي على أن التوثيق هو سياق العمليات الإجرائية والتنفيذية للرصد الإعلامي ومناطق التمييز في دقة تلك العمليات وموضوعيتها وانتظامها.⁽²⁰⁾

وتجدر الإشارة عند الحديث عن محددات الرصد الإعلامي إلى أن فريقاً من الإعلاميين في البلدان النامية تحديداً يعتقدون أن الرصد الإعلامي ما هو إلا وجهاً مطابقاً ومعادلاً للرقابة؛ وأنه- أي الرصد الإعلامي- ما هو إلا آلية للتضييق على الإعلاميين وذلك على الرغم من أن الإعلاميين بالدول النامية - في معظمهم- لا يلتزمون بالضوابط المهنية ولا يُعبرون اهتماماً لأخلاقيات العمل الإعلامي.

على الجانب الآخر؛ تؤكد أدبيات الرصد الإعلامي أن عملية الرصد ما هي إلا ملاحظة عن كذب للمضامين الإعلامية لتوثيق إيجابياتها وسلبياتها على حدٍ سواء؛ بينما تنطوي الرقابة على الحجر والمنع الذي يتدرج دائماً وفي أغلب الأحيان بالمسوغات الأمنية التي تهيمن على عقول صنّاع القرار والمتنفذين بالدول النامية التي لا تنتهج مسار حرية التعبير والرأي، وحرية الإعلام.

النماذج والنظريات التي تستند إليها أنشطة الرصد الإعلامي:

حظى الرصد الإعلامي بتفسيراتٍ نظريةٍ مهمةٍ وبخاصةٍ منذ العقد الأخير من القرن الماضي ويأتي على رأس قائمة النظريات التفسيرية للرصد الإعلامي نظرية تحليل النظم العامة (GSA) The General System Analysis؛ ثم نموذج الإدارة بالمخرجات والنتائج (RBM) Results-based Management؛ ويأتي في المرتبة الثالثة من حيث الشيوع نموذج تطوير الأداء The Performance Improvement (PI)/or Development؛ وأخيراً يأتي المنظور المعنوي ممثلاً في نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام The Media Social Responsibility (MSR).

وتشير المقولات العلمية لنظرية النظم العامة (GSA) إلى ضرورة النظر إلى المجتمع وسبر أغواره في إطار كونه نظاماً عاماً ينطوي على العديد من الأنظمة الفرعية. ويُعد النظام الإعلامي أحد أبرز الأنظمة الفرعية في المجتمع لأنه أضحى المصدر الرئيس للمعلومات عن القضايا والمشكلات المجتمعية، كما تعاضد دوره في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو مختلف القضايا والشخصيات والمؤسسات والرموز المجتمعية المختلفة. ووفقاً لنظرية النظم العامة فإن الأنظمة الفرعية للمجتمع سواءً السياسية أم الاقتصادية أم الثقافية أم الإعلامية يسود بينها علاقاتٌ تأثيرية تبادلية؛ ومن ثم فإن العطب أو المثالب التي يعاني منها نظاماً فرعياً مهماً في المجتمع قد يؤثر بدوره في الأنظمة الفرعية الأخرى وقد يؤذن ذلك- حال تكريس تلك المثالب في مختلف أنظمة المجتمع-؛ إلى تعرض المجتمع لمشكلاتٍ جمّة تعوق مسيرة تقدمه وتطوره عبر الزمن. وإزاء الطرح السابق؛ يعتقد المعنويون بالرصد الإعلامي أن أنشطة الرصد باتت ضرورة بوصفها آلية وقائية تحول دون انتقال مثالب المضامين الإعلامية إلى الأنظمة الفرعية الأخرى للمجتمع وبخاصةً السياسية والثقافية والاقتصادية؛ فضلاً عن الرأي العام الذي يُمثّل البوتقة التي تصب فيها تأثيرات المضامين الإعلامية تراكمياً وعبر الزمن.

ويتبنى معظم الباحثين في الدول المتقدمة وبخاصة الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية تفسيرات نظرية النظم العامة بشأن الرصد الإعلامي منذ حقبتى الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي من خلال الاهتمام البالغ برصد دور الإعلام في تعميق الديمقراطية وترسيخ آلياتها في المجتمع ومظاهرها البارزة وبخاصة الانتخابات. وقد امتد الأمر ليشمل الباحثين وصناع القرار في الدول النامية منذ السنوات الأخيرة من القرن الماضي وخلال العقد الأول من القرن الحالي؛ فعلى سبيل المثال: اهتمت المكسيك عام 1994م من خلال أكاديمية حقوق الإنسان برصد ومتابعة وتقويم الانتخابات العامة والرئاسية في وسائل الإعلام المختلفة، كما طوّر المعهد السلوفاكي دليلاً للرصد الإعلامي للتغطية الإعلامية للانتخابات منذ عام 1998م وأطلق عليه اختصاراً 'Memo'98 (21) وساهم في نشره مع معاهد ومراكز أخرى إلى العديد من الدول النامية والديمقراطيات الناشئة ومنها: السودان خلال عام 2008م بشأن تغيير قانون الانتخابات السوداني، ثمّ انتخابات الرئاسة عام 2010م، وحتى التغطية التمهيديّة لاستفتاء السودانين على الانفصال (انفصال الجنوب عن الشمال) الذي تحدد له الفترة من الأول إلى الخامس عشر من يناير عام 2011م. (22) كذلك الانتخابات البرلمانية في بورما "ماينمار" عام 2010م. (23) والانتخابات البرلمانية في مالوي عام 2014م. (24)

وتنطوي معايير الرصد الإعلامي للتغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية والرئاسية والاستفتاءات والتي تم تطويرها دولياً على الأبعاد المهمة التالية:

- حرية الإعلام.
- يسر وصول المرشحين إلى وسائل الإعلام المختلفة.
- الدقة في التغطية الخبرية.
- الشفافية.
- التنوع والتعددية في طرح الآراء.
- التوازن.
- التوقيت ودلالته (توقيت نشر وإذاعة، وبث المضامين الخاصة بسياق الانتخابات).
- الوضوح والمباشرة.
- حدود الالتزام بتنمية الوعي السياسي والانتخابي لدى المواطنين. (25)

ويعتقد الباحثون الذي يتبنون المقولات العلمية لنظرية النظم العامة كتفسيرات تعضيدية للرصد الإعلامي- في كل من الأنظمة الديمقراطية والوليدة- أنه ينبغي نشر ثقافة أنشطة الرصد الإعلامي في مختلف دول العالم وبخاصة النامية منها وفقاً لمعايير وآليات وأنشطة علمية منظّمة، كما ينبغي تعضيد التعاون في هذا الشأن مع المنظمات الدولية المعنية بقضايا الديمقراطية. ووفقاً للباحثين أنفسهم فإن مصطلح

عولمة الإعلام ينبغي أن يخدم أيضاً مصطلحاً جديداً وليدأ هو **عولمة الرصد الإعلامي** بما يُفرز عبر الزمن تكريساً لثقافة ملاحظة المضامين الإعلامية على المستويات المحلية والإقليمية والدولية على حدٍ سواء. وقد يُثير الطرح السابق جدلاً بين الباحثين- في المستقبل القريب- بشأن رصد الوسائل الإعلامية الدولية ومطالبتها بتطوير أدائها بما يخدم القضايا العالمية المهمة وأبرزها قضايا الأمن والسلام والاستقرار والتعاون الدولي.

وفي السياق المصري؛ تجدر الإشارة إلى أن الباحث قد شارك ضمن فريق لجنة متابعة ورصد وتقويم الدعاية الإعلامية والإعلانية لانتخابات رئاسة الجمهورية 2014م وهي لجنة منبثقة من اللجنة العليا للانتخابات الرئاسية. وقد تشكّل الفريق من سبعة عشر شخصية أكاديمية وإعلامية بالإضافة إلى الخبراء في مجال الإعلام، فضلاً عن ممثلين للمجلس القومي لحقوق الإنسان، وهيئة الاستثمار المصرية⁽²⁶⁾ وقد التزمت اللجنة في رسدها الإعلامي للتغطية الإعلامية والإعلانية لانتخابات الرئاسة عام 2014م بالمعايير والقواعد التي أقرتها لجنة الانتخابات الرئاسية 2014م والتي كان من أبرز موادها مايلي: (27)

- تقوم لجنة متابعة ورصد وتقويم الدعاية الإعلامية والإعلانية لانتخابات رئاسة الجمهورية 2014م بمتابعة ورصد جميع المواد المسموعة والمرئية على محطات الإذاعة، وقنوات التلفزيون الحكومية والخاصة. "المادة الثانية"

- يحظر على المرشح ومؤيديه أثناء فترة الدعاية الانتخابية التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأيّ من المرشحين وعائلاتهم بأي شكلٍ من الأشكال بصورة مباشرة أو غير مباشرة؛ وتناول ما من شأنه زعزعة ثقة المواطنين في العملية الانتخابية وعرقلتها إتمامها، والمساس بالوحدة الوطنية وقيم ومبادئ وأعراف المجتمع المصري، واستخدام شعارات أو رموز دينية، والمساس بحقوق الملكية الفكرية لأي شخص من الأشخاص الطبيعية أو الاعتبارية. "المادة الثالثة"

- تُخصص القنوات التلفزيونية الرئيسية الأولى والفضائية المصرية وقناة النيل للأخبار والإذاعة بشبكة البرنامج العام وراديو مصر والإذاعات الإقليمية فتراتٍ متساويةٍ للمرشحين لعرض البرامج الانتخابية الخاصة بهم. "المادة السابعة"

- يحظر بث أي إعلانات مدفوعة الأجر لأيّ من المرشحين للرئاسة بوسائل الإعلام المملوكة للدولة داخل النشرات والتقارير الإخبارية أو أثناء البث الحي لأي حدثٍ من الأحداث الجارية. "المادة الثامنة"

- لا يجوز لوسائل الإعلام نشر أي استطلاعات رأي حول الانتخابات الرئاسية ما لم تتضمن المعلومات الكاملة عن الجهة التي قامت بالاستطلاع، والجهة التي تولت تمويله، والأسئلة التي اشتمل عليها، وحجم العينة، ومكانها وأسلوب إجرائه، وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به ونسبة الخطأ المحتملة في نتائجه. ويحظر نشر أو إذاعة

أي من هذه الاستطلاعات قبل خمسة أيام من اليوم المحدد لبدء الاقتراع وحتى انتهائه
"المادة التاسعة".

- تتولى لجنة متابعة ورصد وتقييم الدعاية الإعلامية والإعلانية لانتخابات الرئاسة
عام 2014م التأكد من توافر المعايير المهنية الإعلامية في كافة أنواع المضامين التي
تقوم برصدها ومتابعتها عبر محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون الحكومية
والخاصة. "المادة العاشرة".

وعقب الانتهاء من عمليات الرصد والتحليل واستخلاص النتائج؛ أوصت اللجنة
في ختام عملها- ورفع تقريرها النهائي لصُناع القرار - كافة الأطراف بالإعلام
الرسمي والخاص في مصر بأن يسعوا مستقبلاً إلى إبراز الحقيقة، ورفع مستوى
الأداء المهني في الرسالة الإعلامية بما ينعكس إيجابياً على حُسن تشكيل وعي الرأي
العام المصري.

ويطرح النموذج المصري المذكور أنفاً أهمية عملية الرصد الإعلامي في تطوير
أداء منظومة الإعلام المصري وربطها بالقضايا والفعاليات المحورية في المجتمع،
والحيلولة دون التوظيف السلبي لها في تعويق مسيرة المجتمع المصري نحو
الديمقراطية؛ حيث اهتمت معايير عمل لجنة الرصد والمتابعة على الوقوف عن كُتب
على سائيات الأداء الإعلامي في سياق الانتخابات الرئاسية 2014م، وتعريف
المسؤولين والرأي العام المصري بالقنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية المخالفة؛
ويُعد ذلك بدوره تطبيقاً ملموساً على أرض الواقع لمقولات نظرية النظم العامة بشأن
العلاقات التبادلية بين الإعلام والسياسة والرأي العام.

وفي سياق النماذج التفسيرية للرصد الإعلامي تُشير المقولات العلمية لنموذج
الإدارة بالمخرجات والنتائج الملموسة (RBM) إلى أن الرصد الإعلامي هو الآلية
المنتظمة والعلمية والموضوعية التي تكفل عملية تحسين وتطوير الأداء الإعلامي في
ضوء عملية تخطيطية منظمة تنطوي بدورها على أهداف ملموسة قابلة للتطبيق
والقياس في البيئة الإعلامية المعينة.

ويُشير نموذج الإدارة بالمخرجات إلى عملية التقويم بوصفها مكوّن عضوي رئيس
ضمن عملية الرصد الإعلامي إذ أن الرصد بدون تقويم لا يعدو كونه ملاحظة
سطحية للأداء المهني والإداري للمؤسسات الإعلامية المعينة في مجتمع ما من
المجتمعات. (28)

ويشترط نموذج الإدارة بالمخرجات أن يكون التقرير النهائي الدوري للرصد
الإعلامي احترافياً ومتضمناً معلومات رصينة تُعين صُناع القرار على اتخاذ قرارات
رشيدة بشأن تطوير الأداء الإعلامي؛ ومن ثمّ يجب أن يتضمن تقرير الرصد
الإعلامي الإجابة المستفيضة على التساؤلات التالية:

- هل يتضمن التقرير الإشارة إلى آليات تعظيم الاستفادة من الموارد المتاحة- في
المؤسسة أو المؤسسات الإعلامية المعينة-؟

- هل تم تزويد صنّاع القرارات والسياسات الإعلامية بمخرجات الرصد ونتائجه في التوقيت المناسب؟

- هل تنطوي نتائج الرصد ومخرجاته على معلومات ذات دلالة واعتبار في تطوير الأداء الإعلامي؟

- هل تنطوي مخرجات الرصد الإعلامي على إستراتيجية واضحة بشأن مسارات التطوير والتحسين، والمدى الزمني لتطبيقها في البيئة الإعلامية المعينة؟

- هل التوصيات والمقترحات المرتبطة بعملية الرصد الإعلامي تتسم بالديناميكية والمرونة، ويُسر التطبيق في الواقع الإعلامي المعين؟

- ما حدود مخرجات الرصد الإعلامي-إجمالي الوسائل والمضامين التي تم رصدها وتقويمها-؟ وهل هي كافية للارتكاز عليها في عملية اتخاذ القرار بشأن تطوير الأداء الإعلامي؟

- هل يتضمن تقرير الرصد الإعلامي الإشارة إلى الأطراف التي ينبغي أن تضطلع بعملية تطوير الأداء الإعلامي، وتلك التي ينبغي أن تشارك في العملية ذاتها- عبر الزمن- كالنقابات والاتحادات الإعلامية، والجمعيات الأهلية المهتمة بالشأن الإعلامي، فضلاً عن أفراد الجمهور؟

- هل أشار تقرير الرصد الإعلامي إلى المتغيرات التي تعرقل عملية تطوير الأداء الإعلامي والخطورة النسبية لكلٍ من هذه المتغيرات على الإعلام والرأي العام والمجتمع في مجمله؟

ويستند نموذج الإدارة بالمخرجات إلى آلية بالغة الأهمية في الرصد الإعلامي ألا وهي إدارة المعلومات Information Management ؛ التي يتم تغذيتها تراكمياً بالبيانات والمعلومات والإحصائيات من خلال الرصد الدوري للمضامين الإعلامية بغية بناء الإستراتيجيات وطرح التكنيكات القادرة على تطوير أداء المؤسسات الإعلامية عبر الزمن.⁽²⁹⁾

وتنتهج الدول الديمقراطية نهج الإدارة بالمخرجات (RBM) في تطبيقاتها المتعلقة بالرصد الإعلامي وملاحظة المضامين الإعلامية عن كثب بغية تطوير الأداء الإعلامي بتلك الدول.

بيد أن الأمر لم يقتصر فقط على الدول الديمقراطية بل امتد إلى غيرها من الدول الأقل انتهاجاً للمسار الديمقراطي فعلى سبيل المثال؛ طبقت روسيا نموذج الإدارة بالمخرجات والنتائج للرد على الاتهامات الموجهة لها بشأن عدم التزام وسائلها الإعلامية بالمعايير المهنية. وفي هذا الصدد دعت روسيا العديد من المعاهد والمراكز المعنية بالرصد الإعلامي في بعض الدول الأوروبية والآسيوية التي تدور في فلكها لتتولى عملية الرصد للمضامين الإعلامية والشئون الروسية وتقويمها فيما يتعلق بمستويات التنوع والتعددية في الخطاب الإعلامي بثماني قنوات تليفزيونية روسية

هي: القناة الأولى، وروسيا 1، وروسيا اليوم، وقنوات الـNTV، والـTV Dozhd، والـFirst Baltic، والـRBK، وأخيراً الخدمة الإخبارية الروسية في إطار الخدمة الأوروبية. Euro news (Russian Service).

وعلى الرغم من أن تقرير الرصد الإعلامي قد أبرز قدراً معقولاً من المهنيّة والتطور في الخطاب الإعلامي الروسي بشأن كل من القضايا المحلية والإقليمية والدولية؛ إلا أنه تضمن انتقاداتٍ جلية بشأن استقلالية الإعلام، وكفاءة الكوادر الإعلامية الروسية.⁽³⁰⁾

على الجانب الآخر، يعتقد الباحثون الذين يتبنون نموذج تطوير الأداء (PI) أنه النموذج الأكثر تحديداً. من وجهة نظرهم- لتفسير أهمية متابعة ورصد وتقييم المضامين الإعلامية في وسائل الإعلام المختلفة. ووفقاً للباحثين أنفسهم فإن نموذج تطوير الأداء ينحو صوب مصلحة الجماهير والرأي العام وكافة المستفيدين من الخدمات المختلفة التي تطرحها وسائل الإعلام في المجتمع.

ويرتكز مفهوم تطوير الأداء على ثلاثية مترابطة هي الكوادر البشرية والمضامين الإعلامية والتقنيات الحديثة؛ وتكفل تلك الثلاثية المترابطة جودة المضامين الإعلامية التي تصل إلى الجماهير؛ وذلك في إطار التعامل مع الإعلام بوصفه عملاً من وجهين هما الإبداع والصناعة.

ففي إطار السياق العالمي، اهتمت شركة "انتليجنت ميديا" Intelligent Media في كل من السياقين الأمريكي والبريطاني منذ السنوات الأخيرة من القرن الماضي بإجراء أنشطة الرصد الإعلامي المنتظم للمضامين التلفزيونية الترفيهية كالأفلام والمسلسلات والمنوعات وبرامج المسابقات والبرامج الكوميديّة وغيرها بما يُعزِّد صناعة الترفيه في البلدين، فضلاً عن خدمة المفاهيم الرأسمالية القائمة على التسويق، والوصول المباشر للمستهلكين.⁽³¹⁾

وفي السياق ذاته، دأبت شركة "كريتكال منشن" Critical Mention منذ عام 2004م بإجراء أنشطة الرصد الإعلامي الاحترافي والنقدي للمضامين الإعلامية بمحطات الراديو والتلفزيون في الولايات المتحدة وبريطانيا وكندا بما يدعم تطوير أدائها الإعلامي عبر الزمن. وقد امتدت تلك الأنشطة لتشمل المواقع الإخبارية والمواقع الإلكترونية البارزة على الويب.⁽³²⁾

وتبدو من الأهمية بمكان تطبيق نموذج تطوير الأداء في سياق البيئة الإعلامية العربية وبخاصة المرئية منها وصولاً إلى تطوير أداء الفضائيات العربية التي تزايدت بشكلٍ مطرد ووصل عددها وفقاً للتقرير السنوي للبحث الفضائي العربي عام 2014م إلى أكثر من 1300 فضائية. وقد أبرز التقرير عينه - الذي يُشرف على إعداده اتحاد إذاعات الدول العربية؛ أن الفضائيات العربية الرياضية كانت الأكثر عدداً بواقع 170 قناة، تليها قنوات الدراما بواقع 152 قناة، ثم القنوات الغنائية بواقع 124 قناة، بينما جاءت القنوات الدينية في المرتبة الرابعة بواقع 95 قناة، على حين

جاءت القنوات الإخبارية في المرتبة الخامسة بواقع 68 قناة، وتنقسم تلك القنوات ما بين القنوات التي تمتلكها الحكومات في مقابل القنوات التي يمتلكها القطاع الخاص.⁽³³⁾ وفي إطار منطوق الأولويات يعتقد الباحث أن نموذج تطوير الأداء هو النموذج الأمثل لتطوير القنوات الدينية تحديداً في البيئة الإعلامية العربية حيث باتت تلك القنوات تنحو صوب تكريس المذهبية والطائفية؛ وتؤجج الصراع بين المذاهب الدينية الإسلامية، وتستخدم منابرها في الإساءة للرموز الإسلامية التاريخية والمعاصرة، فضلاً عن تخبطها وفشلها الذريع في تقديم الرسائل الإسلامية الساطعة التي يحتاج إليها المسلمون في الأونة المعاصرة. وفي ضوء الطرح السابق تبدو الأهمية البالغة لإجراء أنشطة الرصد الإعلامي الاحترافي والنقدي على مضامين القنوات الدينية بما يساهم في تطويرها ويُعظم العائد منها، وبخاصة وأن المضامين الدينية قادرة على توجيه الرأي العام العربي نحو التكاتف والوحدة والتعاون والرشادة والتواصل الفعّال والمثمر مع الآخرين على اختلاف مشاربهم وتباين توجهاتهم الفكرية والأيديولوجية.

وفي السياق ذاته وفي ضوء المنظور الأخلاقي لأداء وسائل الإعلام تُمَثَّل نظرية **المسئولية الاجتماعية (MSR)** إطاراً تفسيرياً مهماً ومسوّغاً ساطعاً لضرورة أنشطة الرصد الإعلامي في مختلف المجتمعات. وتؤكد النظرية على أن وسائل الإعلام ما هي إلا نسق فرعي في المجتمع ونمط من أنماط المؤسسات التي ينبغي عليها أن تخدم المواطنين، وأن تعمل على الحفاظ على مقدرات المجتمع المعنوية والمادية. ووفقاً للنظرية ذاتها فإن وسائل الإعلام لا تعمل في فضاء مطلق ولا ينبغي لها بحالٍ من الأحوال أن تكون معاول هدم لقيم المجتمع وتقاليد وثوابته؛ ومن ثم فإن رصد المخالفات الإعلامية يتطلب بدوره تصحيحاً وضبطاً سريعاً لتلك الممارسات التي تهدد المجتمع على أن يكون الصالح العام هو الدافع الأبرز والحقيقي في عملية ضبط الممارسات الإعلامية في المجتمع.

ووفقاً لنظرية المسئولية الاجتماعية فإن أنشطة الرصد الإعلامي التراكمية والمقننة والمنظمة تساهم في تحقيق عدداً من الغايات المهمة للمجتمع على النحو التالي:

- التعرف على طبيعة واتجاهات تفاعل وسائل الإعلام مع أنساق المجتمع الأخرى السياسية والاقتصادية والثقافية.
- الوقوف على الممارسات غير المواتية لوسائل الإعلام التي تضر باستقرار المجتمع، وتهدد مقدراته المعنوية والمادية.
- إقرار مبدأ المحاسبة للإعلاميين ووسائل الإعلام بوصفها شخصيات اعتبارية.
- التذكير المستمر بثوابت المجتمع؛ وتعزّيد تطبيقات الموائيق الأخلاقية.
- تكريس الوعي المجتمعي بوجود عين ثاقبة تراقب الأداء الإعلامي بما يخدم البيئة الإعلامية ويتقاطع إيجاباً مع مصالح المجتمع، ويخدم تطلعاته وطموحاته عبر الزمن.

وفي ضوء اقتفاء أثر مسار المسؤولية الاجتماعية للإعلام أشار تقرير المنظمة العالمية للشفافية Transparency International عام 2013م إلى شيوع الفساد بمكوناته المختلفة في وسائل الإعلام بالدول النامية وفي الممارسات المهنية لتلك الوسائل (34) مما يستوجب معه تتبع ورصد تلك الممارسات وفضحها وحث الرأي العام وصنّاع السياسات على محاسبة المسؤولين عنها. ويعتقد الباحث أن ما طرحه نظرية المسؤولية الاجتماعية من مقولاتٍ علميةٍ وأطروحاتٍ نظريةٍ رصينةٍ إنما يمثل رافداً مهماً ينبغي الاستناد إليه في تكريس أنشطة الرصد الإعلامي في البيئة الإعلامية العربية وبخاصة بعد ثورات الربيع العربي حيث دأبت العديد من الصحف والفضائيات ومحطات الراديو باختلاف ملكيتها- بعد تلك الثورات-؛ على انتهاج الممارسات غير المهنية التي تضر حتماً بدول الربيع العربي سياسياً وأمنياً واقتصادياً وثقافياً. والراصد المدقق للمضامين الإعلامية بوسائل الإعلام العربية التي تعمل في سياق دول الربيع العربي وبخاصة في تونس ومصر وليبيا واليمن يجد تلك المضامين تعمد إلى تكريس الشقاق والانقسامات السياسية، والإقصاء والتخوين، والإساءة إلى الرموز الثورية، وتحقير المطالب الثورية؛ بما يُفضي إلى الإضرار بتلك الدول ويهدد استقرارها ويحول دون تحولها من الوجهة الديكتاتورية إلى المسار الديمقراطي القائم على حرية التعبير واحترام إرادة الشعوب والتداول السلمي للسلطة، واحترام المعارضة وإعلاء الصالح العام للمجتمع. وفي ضوء ما سبق تبدو أهمية أنشطة الرصد الإعلامي للوقوف على تلك الممارسات الإعلامية السلبية؛ وإعداد تقارير بها لصنّاع القرار لإقرار مبدأ المحاسبة- على كل من الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية- في ضوء دواعي الحفاظ على المجتمع وصيانة مقدراته المعنوية والمادية.

الأطر النظرية المفسرة لأهمية الرصد الإعلامي ومآلاته:

ثمة اتجاه آخر بشأن الأطر النظرية الخاصة بالرصد الإعلامي ألا وهي الأطر التي تُعنى بإبراز أهمية الرصد الإعلامي ومآلاته المختلفة، والتي يمكن طرحها بشكلٍ مقتضبٍ في النقاط التالية:

أولاً: الإطار النظري الذي يتمحور حول كون وسائل الإعلام وعاءاً للثقافة ومناطق ذاكرة الأمم؛ ومن ثمّ ينبغي الاهتمام البالغ برصد مضامين تلك الوسائل والوقوف على بنيتها ودلالاتها وما يكمن بداخلها من رموز ثقافية، ورؤى وأطروحاتٍ ساطعةٍ أو حتى فلسفية. وثمة روافد نظرية تدعم الإطار النظري الحالي ألا وهي نماذج الإنتاج الإعلامي وسماته The Media Production and Traits، وكذلك النماذج المرتبطة بالخطاب الإعلامي The Media Discourse، ويمتد الأمر ليشمل الأطر الإعلامية The Media Framing، والتهيئة المعرفية للرأي العام The Cognitive Priming.

ثانياً: الإطار النظري القائم على منطق الأهمية البالغة لفهم الإجماع الاجتماعي والوقوف على قدرة وسائل الإعلام على توجيه الرأي العام صوب أولوياتٍ واهتماماتٍ بعينها خلال فترة أو فتراتٍ زمنيةٍ بعينها؛ بالإضافة إلى رصد التطور

الذي طرأ على السلوك الاتصالي للأفراد والذي يتمثل في توليفهم لأولوياتهم من خلال التعامل مع كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة مع إدراكهم في الوقت ذاته لأولويات جماعاتهم المرجعية. ويتصدر الإطار الحالي نظريتنا وضع الأجندة The Agenda-Setting، والأجندة التوافقية The Agenda-Melding.

ثالثاً: الإطار النظري الذي يتمحور حول الأهمية البالغة لتقديم مواداً ومضامين ذات جودة عالية للجماهير من خلال إقرار وتطبيق مفاهيم الجودة والتميز في المؤسسات الإعلامية، فضلاً عن تطبيق تلك المفاهيم على الأداء الإعلامي ومخرجاته المختلفة. وينشد الإطار الحالي أن تكون بوسائل الإعلام -بوصفها مؤسسات- إدارة للجودة الشاملة Total Quality Management (TQM)؛ وتتصدر نظرية التميز The Excellence Theory المرتبطة بأنشطة العلاقات العامة الصدارة في طرح الرؤى الخاصة بتطبيقات الرصد الإعلامي بهدف تحقيق الجودة والتميز للمضامين الإعلامية في إطار التنافسية مع المؤسسات الإعلامية الأخرى؛ وبما يصب في مصلحة المستفيد النهائي ألا وهو الجمهور بقطاعاته المختلفة.⁽³⁵⁾

رابعاً: التاريخ لوسائل الإعلام والتطورات التي طرأت على مضامينها والتقنيات المرتبطة بها؛ ووفقاً للإطار النظرية الحالية فإن مخرجات الرصد الإعلامي المقنن والاحترافي تمثل قواعد معرفية موضوعية للمؤرخين والباحثين لصياغة الجوانب التاريخية في مسار وسائل الإعلام ومضامينها وتقنياتها والبيئة التي تعمل بها. ومن أبرز تلك الأطر النظرية؛ نموذج المستحدثات The Innovations Model؛ ونظرية البيئة الإعلامية The Media Ecology Theory، ونموذج تتبع المسار The Path Dependency Model -المرتبط بقبول الأفراد للتقنيات والمستحدثات وحدود اعتمادهم عليها-، ونظرية الكفاءة والفعالية The Efficiency Theory، ونظرية استلهام الفلكور الشعبي والتراث الشفهي The Founding Model Myth.⁽³⁶⁾ وتجدر الإشارة إلى أن بعضاً من النماذج السابقة ترتبط ارتباطاً مباشراً بالإعلام الجديد وتقنياته بدرجة أكبر من الإعلام التقليدي.

خامساً: رصد وتتبع إبداع القائمين بالاتصال Content- Created Producers من صحفيين ومذيعين ومخرجين ومنتجين فنيين ومصوّرين ومونتيرين ومهندسي صوت وغيرهم؛ ويدخل في ذلك أيضاً إبداعات ممارسي العلاقات العامة. ووفقاً للإطار النظري الحالي فإن أحد أبرز مخرجات الرصد الإعلامي هو الوقوف على التطور في القوالب الصحفية والإذاعية والتليفزيونية وفقاً لمسار إبداع أصحابها. ومن أبرز الأمثلة على ذلك جهود الرصد الإعلامي للوقوف على مستويات الإبداع في المواد الاستقصائية الصحفية وبخاصة التحقيقات، وكذلك رصد مستويات الإبداع في برامج النقاش الحر التليفزيونية "التوك شو" سواءً الجادة منها أم الخفيفة، فضلاً عن رصد تطوير القائمين بالاتصال لأشكال برامج جديدة تدعم التفاعل مع الجماهير؛ وتجعل الإعلام أقرب لوجدان أولئك الجماهير عبر الزمن. ويتفرد الإطار النظري الحالي بأنه لا يمتد ليشمل رصد الأخطاء المهنية للقائمين بالاتصال حيث يعتقد الباحثون في هذا الصدد أن النظريات المنوط بها ذلك هي تلك التي تتعلق بالمعايير

المهنية ومدونات السلوك المهني ومواثيق الشرف الأخلاقية التي تحكم الإعلام بوصفه مهنة مهمة وحساسة في المجتمع.

وعلى الرغم من وجهة الطرح السابق إلا أن الباحث يعتقد أن الإبداع ليس طلقاً وينبغي أن يجد طريقه ضمن حدود المعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الإعلام حيث تشير التجارب الإقليمية والعالمية إلى أن الإبداع الإعلامي المطلق قد أضر بالشعوب والمجتمعات بل وتسبب في تأجيج الخلافات الدينية والثقافية بين الدول بعضها بعضاً كما حدث في وقائع الرسوم الكاريكاتورية المسيئة للرسول الكريم محمد ﷺ.

سادساً: الرصد القائم على إبراز الاختلافات الثقافية بين أفراد الجمهور في المجتمعات المختلفة، والمنوط به أيضاً رصد مستويات "التواصل عبر الثقافات" - The Trans-cultural Communication؛ والذي يجري بين الأفراد المنتمين لثقافات متباينة. ووفقاً للإطار النظري الحالي فإن مخرجات الرصد الإعلامي المنتظم والاحترافي تعطي للباحثين رؤية متكاملة حول مستويات التواصل الثقافي بين الدول والشعوب وحدود الرسمية في هذا التواصل. ولعل أبرز ما يطرحه النموذج الحالي أن الرصد الإعلامي قد ألقى الضوء على مستويات متزايدة من الحوار الثقافي بين مستخدمي الإعلام الجديد الذين ينحدرون من ثقافات متباينة والتي يصعب واقعياً أي على مستوى التواصل المباشر في الواقع المعاش- التواصل فيما بينهم لتباعد الحدود، وكذلك تباعد الرؤى والأفكار، فضلاً عن التباين في طرق الحياة وأنماط التفكير.⁽³⁷⁾

وأخيراً، يعتقد الباحث أن ثمة رؤى متعددة يمكن من خلالها الوقوف على مسار الرصد الإعلامي وتحديد ماهيته، واستكشاف أهدافه، ومراميه، ومخرجاته. وتتمثل تلك الرؤى العريضة فيما يلي:

1. المنظور الأخلاقي الذي يُشير إلى الأهمية البالغة لرصد التجاوزات في الممارسات الإعلامية وإخضاع القائمين بالاتصال للمحاسبة والمساءلة.
2. المنظور التطبيقي الذي يعمد إلى مضاهاة المضامين والمخرجات الإعلامية بما هو وارد في السياسات الإعلامية، والخطط التنفيذية سواء الممتدة أم المرئية.
3. المنظور التطويري الذي يرصد ديناميكية الأداء الإعلامي ويعمل على تطويره، وينشد صفقه بسمات الاحترافية، والتزامه بمعايير الجودة والتميز.
4. المنظور الاقتصادي الذي يتعامل مع أنشطة الرصد الإعلامي بوصفها أنشطة ربحية ويعتبر مشروع الرصد مشروعاً تجارياً يقدم خدمات احترافية مدفوعة الأجر.
5. المنظور المعرفي الذي يركز على الأهمية القصوى لإحاطة الرأي العام بالموضوعات والقضايا المهمة التي يُثيرها الإعلام.
6. المنظور الأكاديمي الذي يُوظف الرصد المقنن والمنتظم لجمع البيانات الدقيقة اللازمة لدراسة المتغيرات البحثية وصولاً إلى بناء النماذج والنظريات الإعلامية

التفسيرية؛ على اعتبار أن الهدف الأسمى للعلم هو بناء النظريات القادرة على تفسير الواقع المعاش بما يصب إيجاباً في مصلحة الأفراد والجماعات الاجتماعية والمجتمع في مجمله.⁽³⁸⁾

ويمكن الاستناد إلى الرؤى العريضة السابقة لتحديد أنماط مراكز ووحدات الرصد الإعلامي من حيث الملكية، حيث توجد الوحدات التابعة للحكومات، كما تنطوي غالبية المؤسسات الإعلامية على وحداتٍ للمتابعة والتقويم، وتوجد أيضاً مراصد خاصة تقدم خدماتها للمستفيدين بأجر. وثمة مراصد أخرى تمتلكها الجمعيات الأهلية وقد تمارس تلك المراصد أنشطتها على المستويات المحلية والإقليمية والدولية. وثمة مراصد أخرى تابعة للجامعات والمؤسسات الأكاديمية، وأخيراً فإن ثمة مراصد تتبع الكيانات والاتحادات السياسية الكبيرة كما هو الحال في المرصد التابع للاتحاد الأوروبي والذي يهتم برصد قضايا العنصرية European Observatory against Racism؛ ويُعد الرصد الإعلامي نشاطاً أصيلاً ومركزياً فيه.

ويتضح مما سبق أن الرصد الإعلامي قد حظى باهتمام كبيرٍ من قبل الخبراء والباحثين سواءً في مجال الإعلام أم الإدارة والتخطيط حيث دأب هؤلاء الخبراء والباحثون على طرح الرؤى والنماذج والنظريات التفسيرية التي تُعصّد الأهمية المجتمعية لأنشطة الرصد الإعلامي؛ وبخاصة في ظل العديد من المتغيرات المرتبطة بتعدد المجتمعات المعاصرة، وتعدد وسائل الإعلام، وبروز بعض التأثيرات الثقافية السلبية للعولمة الإعلامية، وانخراط الهواة وغير المتخصصين في حقل العمل الإعلامي، فضلاً عن هيمنة المال السياسي على المؤسسات الإعلامية في العديد من الدول وبخاصة الدول النامية منها.

المناهج والأدوات السائدة في الرصد الإعلامي:

يستند الرصد الإعلامي إلى سمات الدقة والانتظام والموضوعية مما جعله يحظى برواج واهتمام من قبل الخبراء والباحثين والمهتمين بمخرجاته. ويستقي الرصد الإعلامي سماته الإيجابية من خلال التزام أنشطته بالمعايير النظرية والمنهجية الصارمة والسائدة في البحوث الاجتماعية الرصينة. وتستخدم أنشطة الرصد الإعلامي في معظمها منهج المسح العلمي The Survey Methodology؛ بوصفه المنهج الأبرز في العلوم الاجتماعية والذي يسمح للراصدين بجمع كمٍ كبيرٍ ومتعاضٍ من البيانات والمعلومات عن الظاهرة أو الظواهر أو القضايا محل الرصد والوقوف على أبعادها والمتغيرات المرتبطة بها؛ واستخلاص مخرجات تفيد في عملية مواجهة تلك الظواهر والقضايا والحد من تداعياتها السلبية على المجتمع. وتستخدم أنشطة الرصد الإعلامي منهج المسح بمكوّنيه الرئيسيين سواءً الوصفي أم التحليلي. كما تفرض أهداف الرصد الإعلامي أحياناً على الراصدين استخدام المنهج التاريخي The Historical Methodology عندما يتعلق الأمر بفتراتٍ زمنيةٍ سابقةٍ وممتدة يتم التأكد من سلامة وصحة وثائقها، فضلاً عن إخضاعها للتحليل، واستخراج الدلالات المهمة منها وفقاً لأهداف الرصد ومراميه.

على الجانب الآخر، ثمة تجارب محدودة لاستخدام المنهج التجريبي The Experimental Methodology؛ في أنشطة الرصد الإعلامي عندما يتعلق الأمر برصد التأثيرات المباشرة والحظية للمضامين الإعلامية في الجماهير، وبخاصة المستهلكين منهم عندما يتعلق الأمر بالمضامين الترويجية عبر الإعلانات سواء الصحفية أم الإذاعية أم التليفزيونية أم تلك التي يتم نشرها إلكترونياً من خلال الويب- أي الشبكة العالمية للمعلومات-.

ونظراً لأن أنشطة الرصد الإعلامي تنصب أساساً على الرسائل والمضامين الإعلامية باختلاف قوالبها وأشكالها؛ من ثم يستند الرصد الإعلامي المقنن والاحترافي إلى الأساليب البحثية المرتبطة ارتباطاً عضوياً بتحليل المحتوى والتي تتمثل فيما يلي:

- تحليل المحتوى التقليدي.
 - التحليل المرئي.
 - تحليل السياق.
 - التحليل اللفظي وتحليل الإيماءات.
 - تحليل جرين فيلد المقارن.
 - تحليل الخطاب.
 - تحليل الأطر الإعلامية⁽³⁹⁾.
- وثمة اتساق يصل لحد التطابق بين أهداف تحليل المحتوى التقليدي والرصد الإعلامي حيث تتمثل تلك الأهداف فيما يلي:
1. وصف الخصائص الرئيسية لمحتوى الرسالة الإعلامية.
 2. وصف السمات البنائية والفنية والدلالية للقالب/ أو القوالب التي تحوى المحتوى الإعلامي.
 3. الوقوف على السمات الموضوعية البارزة في المحتوى الإعلامي، وبخاصة القضايا وأساليب طرحها والحجج المرتبطة بها، وأسبابها، وسبل علاجها.
 4. الوقوف على أهداف القائم بالاتصال- مُنتج المحتوى الإعلامي- من الرسالة الإعلامية.
 5. محاولة التعرف على السمات العامة للجماهير المستهدف بالرسالة الإعلامية.
 6. التوقع العلمي لمسار تأثيرات المحتوى الإعلامي في الجماهير⁽⁴⁰⁾.
- ويُضفي تحليل المحتوى التقليدي سمة العلمية والدقة والانتظام على أنشطة الرصد الإعلامي كما أنه يُتيح للراصدین التعامل مع بيانات كمية دقيقة عن مسار

الموضوعات والقضايا خلال فترة أو فترات الرصد. ويبدو في هذا الصدد التأكيد على أهمية وحدة العد The Numerical Unit في تحليل المحتوى والتي ينبغي أن تكون صغيرة وتسمح بالحصول على تكرارات كمية؛ مثال ذلك الاستناد إلى الفكرة أو الموضوع بوصفهما وحدتين للعد بدلاً من القضية لأن الأخيرة تنطوي على العديد من الموضوعات الفرعية؛ ومن ثم تحرم الراصدين من الحصول على تكرارات كمية؛ كما تحرمهم من التحليل الإحصائي الرشيد لبيانات الرصد الإعلامي.

على سبيل المثال حرص الراصدون والباحثون- بمركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام-؛ الذين قاموا بإجراء الرصد الإعلامي لأداء البرامج الجماهيرية "برامج الرأي" بالفصائيات المصرية الحكومية والخاصة خلال عام 2014م على الاستناد إلى وحدة الموضوع بوصفها وحدة للعد وليس القضية. وقد كان ذلك مفيداً وإيجابياً من النواحي المنهجية والإجرائية والإحصائية حيث تضمنت القضية البارزة الواحدة العديد من الموضوعات الفرعية. فمثلاً تضمنت قضية الانتخابات الرئاسية المصرية 2014م عدداً كبيراً من الموضوعات الفرعية أبرزها: أصداء إعلان المشير عبد الفتاح السيسي ترشحه للرئاسة، والحملات الدعائية للمرشحين الرئاسيين المشير عبد الفتاح السيسي والسيد حمدان صباحي، والجدل حول البرنامج الانتخابي لكلا المرشحين، وتحليل السمات الشخصية والقيادية لكل منهما، وأنشطة اللجنة العليا للانتخابات، وكذلك أنشطة لجنة رصد ومتابعة وتقويم الحملات الدعائية لكل من المرشحين، وتصويت المصريين في الخارج، والصمت الانتخابي، وحدود إقبال الناخبين على التصويت، فضلاً عن متابعة المؤشرات الأولية لنتائج التصويت في المحافظات المصرية المختلفة.⁽⁴¹⁾

وقد شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي والسنوات المبكرة من القرن الحالي تطوراً ملحوظاً في توظيف أنشطة الرصد الإعلامي لتحليل المحتوى الكمي من خلال البرامج الجاهزة على الحاسب الآلي والتي تسمح للراصد والباحثين بعمليات تخزين المعلومات، ومعالجتها، وتحليلها، وكتابة تقارير النتائج الخاصة بها في إطار الترشيح والرشادة في عناصر الوقت والجهد والتكلفة المالية؛ ومن أبرز تلك البرامج المتاحة تجارياً ما يلي:

- برنامج "كامارا" للبحوث وتحليل المحتوى الإعلامي Computer Aided Research and Media Analysis (CAMARA).

- برنامج "ديلاهاي" Delahaye لخدمات المعلومات وتحليل المحتوى.

- برنامج "إكو" للبحوث Echo Research.

- برنامج "إمباكت وميلوورد براون" IMPACT and Millward Brown Précis.⁽⁴²⁾

وفي السياق ذاته، فقد حدثت طفرة في تحليل محتوى الصحف والمواد المطبوعة من خلال البرامج الجاهزة على الحاسب الآلي والتي تستخدم تقنية المسح الضوئي

للنصوص (Optical Character Recognition (OCR)؛ ثمّ مضاهاة المفردات اللغوية والجمل والعبارات الواردة في تلك النصوص- والتي تم مسحها ضوئياً- بالمعاجم اللغوية التي تم تحميلها على الحاسب الآلي؛ مما يجعل عملية تحليل محتوى النصوص عملية آليّة في إطار الرصد الإعلامي.

كما تتميز البرامج الجاهزة المعنوية بالتحليل الكيفي للمحتوى بأنها تسمح أيضاً للباحث بالتعليق وربط المواد الصحفية بعضها بعضاً كتصنيف المواد الخبرية ومواد الاستقصاء ومواد الرأي في فئات مترابطة؛ ومن أبرز تلك البرامج الجاهزة والتي يتم توظيفها في الرصد الإعلامي ما يلي:

- برنامج تحليل مكونات النصوص ومفرداتها INTEXT.

- برنامج تحليل النصوص TEXTANALYST.

- برنامج التحليل المتعمق للنصوص بإصداراته الدورية TEXTPACK.

- برنامج استخلاص المفاهيم والأفكار الرئيسية من السياق CATPAC.

- برنامج المعجم لتحليل النصوص بإصداراته المختلفة "n". DICTION.⁽⁴³⁾

والجدير بالذكر، أن البرامج الجاهزة السابقة يتم توظيفها في السياق الثقافي الغربي وبانتظام واحترافية منذ ثلاثة عقود تقريباً على حين لم تتم الاستعانة بتلك البرامج في السياق الثقافي للدول النامية إلا مؤخراً ومن خلال تجارب محدودة للغاية تتم غالباً من خلال التعاون مع المنظمات الدولية وبخاصة اليونسكو. وقد ساهمت البرامج الجاهزة المذكورة سالفاً في إضفاء سمات الدقة والاحترافية والسرعة على عمليات الرصد الإعلامي؛ ومن ثمّ يستأثر تحليل المحتوى بالنصيب الأكبر من تطبيقات الرصد الإعلامي سواء في الدول المتقدمة أم الدول النامية. ويعتقد الباحث أن الدول النامية في معظمها لا تُعطي أنشطة الرصد الإعلامي الأهمية الكافية في ظل غياب الوعي بأهمية تلك الأنشطة في التعريف بالسلبيات والإنذار المبكر بالأزمات والمشكلات؛ ومن ثمّ ستجد مراكز ووحدات الرصد الإعلامي - بالدول النامية- طريقها إلى الاحترافية وإلى توظيف التقنيّات والبرامج الحديثة عندما يعتقد صنّاع القرار بتلك الدول بأهمية الرصد الإعلامي وضرورته في الأونة الراهنة.

وتستخدم أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته المختلفة **التحليل المرئي The Visual Analysis**؛ للمواد المصوّرة سواء الثابتة أم المتحركة أم ثلاثية الأبعاد. ويستند الراصدون إلى التحليل المرئي انطلاقاً من وعيهم التام بأن الحضارة الحالية هي حضارة الصورة؛ وأن ثمة تراجعاً في قراءة الصحف والكتب والمواد المطبوعة لصالح المرئيات، كما أن الأخيرة تؤثر بشكلٍ ملموسٍ في الأنساق المعرفية والوجدانية والذاكرة الكلية للمشاهدين. ويهتم التحليل المرئي بعددٍ من الأمور المهمة أبرزها:

- الوقوف على الهدف/أو أهداف الصورة أو الفيديو.

- تحليل جماليات الصورة من حيث التكوين، وحجم الكادر، وتوزيع الألوان، وزاوية التصوير، والإضاءة ونوعها، ومستوى الاحترافية في توزيعها على عناصر الكادر.

- تحليل التتابع الفكري للصور، والدلالات التي يعكسها هذا التتابع.

- رصد الحرفية في استخدام المؤثرات المرئية كالمسح الفني بأشكاله المختلفة، والتلاشي والظهور التدريجي للصورة، والانتقال الزمني بين كادرين، وتراكب كادرين معاً، وغيرها.

- رصد دلالات توظيف المؤثرات الرقمية كالصورة النيجاتيف، والموزايك، والحركة السريعة في مقابل الحركة البطيئة، وعرض الكادر مضغوطاً، وغيرها.

- الوقوف على مستوى الأمانة في عرض الجرافيك وتعريف المشاهد بأنها صوراً افتراضية وليست حقيقية؛ وقد كانت لأنشطة الرصد الإعلامي الدور الأبرز في توعية المواطنين بالألا يتخذوا قراراً بشراء العقارات التي تعتمد إعلاناتها على الجرافيك حيث ينبغي أن يبنني قرار الشراء على مشاهدة واقعية للإنشاءات بعيداً عن الصور الافتراضية.⁽⁴⁴⁾

ويتم التحليل المرئي للمواد الإعلامية عبر مسارٍ من المسارين التاليين أو كليهما:⁽⁴⁵⁾

المسار الأول؛ يستند إلى تحليل الرموز المرئية بمعزلٍ عن الرموز اللفظية والمكتوبة على اعتبار أن المرئيات قادرة على التأثير في معارف الجماهير واتجاهاتها نحو الموضوعات والقضايا، والشخصيات، والمؤسسات المختلفة.

المسار الثاني؛ ويهتم برصد مستوى التناغم والإطناب بين كلٍ من الصورة والصوت

The Audio-Visual Redundancy.

وعلى الرغم من الأهمية البالغة للتحليل المرئي للمواد الإعلامية في إطار الأنشطة الاحترافية للرصد الإعلامي إلا أن ثمة خبراء وباحثين يعتقدون أن التحليل المرئي يعتمد على ذاتية الراصدين وأنه يفتقر إلى متغيري الصدق والثبات. وبالرغم من وجهة الانتقادات الحالية إلا أن الباحث يعتقد أن نظام الرموز المرئية قد أضحى علماً يتفق عليه الممارسون والأكاديميون المهتمون بحقل المرئيات؛ ومن ثم فإن التحليل المرئي للمواد الإعلامية- وإن كان كيفياً- فهو لا يفتقر للصدق والثبات إذا تم وضع خريطة فكرية محكمة للراصدين مع إلحاقها بالتعريفات الإجرائية المقننة الأمر الذي يُعلي من قيمة الموضوعية في مقابل الذاتية حال تحليل المرئيات في إطار أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته.

ويمكن للتحليل المرئي الرصين أن يكتشف مستويات التحيز في توظيف المواد المصورة الواردة في ثنايا القصص والتقارير الخبرية التلفزيونية، كما يستند الراصدون إلى نتائج التحليل المرئي لتبصير المشاهدين بشأن التعامل الأمثل مع الأفلام والمسلسلات والوكيودراما وذلك في إطار مفاهيم الوعي والتحصين والتربية الإعلامية.

ويُعتبر **تحليل السياق The Contextual Analysis**؛ من المسارات المتعمقة والرصينة التي يتم الاستناد إليها في أنشطة الرصد الإعلامي حيث أضيف تحليل السياق على مخرجات الرصد الإعلامي سمات الشمولية والفهم المتكامل لمحتوى المواد والنصوص الإعلامية محل الرصد. وقد حظي تحليل السياق باهتمام الراصدين والباحثين الإعلاميين من خلال تعاونهم البحثي مع علماء اللغة والاجتماع وعلم النفس المعرفي حيث يتفق هؤلاء العلماء على أن المفردات اللغوية والرموز المرئية لا يمكن الوقوف على كامل دلالاتها إلا من خلال تحليلها في سياقها بنائياً، ولغوياً، ومعرفياً، وزمناً، ومكانياً. ويمتد تحليل السياق ليشمل الوقوف على المرجعيات التي تُمثّل الروافد التي تُنتج المفردات اللغوية والرموز الصوتية، وكذلك الأحداث المحورية التي تؤثر في إنتاج النصوص والمواد الإعلامية كالحروب والتحويلات الاقتصادية، والتحويلات السياسية، والصراعات الإقليمية، والظواهر ذات الصبغة العالمية كالعولمة.

وبتطلب تحليل السياق إماماً متزايداً من قبل الراصدين والباحثين بالسياقين التاريخي والثقافي اللذين تم في إطارهما إنتاج النصوص والمواد الإعلامية. كما ينبغي عليهم أيضاً- أي الراصدين والباحثين- الإلمام بخصوصية المكان والفترة الزمنية التي شهدت إنتاج تلك النصوص والمواد الإعلامية. وفي ضوء ما سبق يُعد تحليل السياق أحد أبرز أساليب رصد وتحليل، وتقويم المواد الإعلامية التاريخية.⁽⁴⁶⁾

ويعتقد خبراء مناهج البحث أن أحد أبرز مآثر تحليل المحتوى التقليدي هو عدم قدرته على استخلاص السياق الذي تم خلاله إنتاج واستهلاك المادة أو النص الإعلامي؛ فعلى سبيل المثال: فإن مقالاً صحياً توعوياً سيتم قراءته وتفسيره بشكل مختلف خلال فترة انتشار الأوبئة كأنفلونزا الطيور أو أنفلونزا الخنازير، وذلك مقارنةً بالفترات الأخرى التي لا تنتشر بها تلك الأوبئة؛⁽⁴⁷⁾ ومن ثم فإن تحليل السياق يُعد من الروافد البحثية التي تقدم حلولاً للراصدين الإعلاميين بشأن سياقات إنتاج المواد والنصوص الإعلامية.

وتمتد أهمية تحليل السياق لتشمل إمكانية استخلاص سمات أفراد الجمهور في سياقها التاريخي- أي الحقبة الزمنية التي يعيشون بها-، كما يمكن أيضاً الوقوف على أهداف مُنتج الرسالة الإعلامية، وحدود انفعاله بالحدث أو الأحداث التاريخية التي يُعبر عنها في النص أو النصوص محل الرصد والتحليل والتقويم.⁽⁴⁸⁾

ويعتقد الباحث أن تحليل السياق من الروافد البحثية المهمة في الرصد الإعلامي ويصلح بدوره في تحليل الأفلام والمسلسلات التاريخية، والأفلام الوثائقية، والدوكيومنتاريا، والخطابات السياسية التاريخية وغيرها. ونظراً لأن الشبكات الاجتماعية على الويب تزخر بالعديد من الرسائل التي تصدر عن ثقافاتٍ متباينة؛ لذا فإن تحليل السياق يُعد مفيداً من الناحيتين النظرية والمنهجية في رصد وتحليل، وتقويم محتوى المواقع الاجتماعية على الويب.

من ناحيةٍ أخرى، يُعد تحليل اللغة اللفظية وغير اللفظية - Verbal and Non-verbal Analysis؛ أحد الروافد البحثية التي يستند إليها الراصدون الإعلاميون في تحليل وتقويم المواد والنصوص الإعلامية المختلفة سواءً في وسائل الإعلام التقليدية أم الجديدة، ويشتمل هذا التحليل على ما يلي:

- التركيب اللغوي للعبارات والجمل.
- الكلمات المحورية في النص.
- الكلمات المفعمة والمحملة بالمعاني.
- التشبيهات والمجاز، والصور البلاغية.
- الإيماءات ولغة الجسد، والإشارات السائدة والصادرة من القائمين بالاتصال.
- مستويات التناغم بين اللغة المنطوقة، ولغة الجسد. (49)

ويتراجع الوزن النسبي لصدقية وثبات التحليل حال رصد وتحليل الكلمات المفعمة بالدلالات The Loaded Words؛ مثال ذلك أن تنطوي النصوص على مفرداتٍ متحيزة كاستخدام مفردة "إرهابي" في مقابل مفرداتٍ أخرى نحو "معارض" أو "ثائر" أو "رافض" أو "متمرد" أو "خارج على القانون"؛ مما يجعل عملية التحليل التي تلي عملية الرصد من الأمور الصعبة والجدلية في سياق أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته.

ويُعد تحليل إيماءات القائمين بالاتصال والمصادر الإعلامية البشرية من الأمور المهمة في الرصد الإعلامي حيث تُضفي على الأخير سمتى الموضوعية والمصدقية.

ومن أبرز تطبيقات رصد الإيماءات ما قامت به المراكز ووحدات البحث الأمريكية من رصد إيماءات الرئيس الأمريكي الأسبق بيل كلينتون بشأن تصريحاته التي بدت عنصرية ضد باراك أوباما خلال حملة الانتخابات لاختيار مرشح الحزب الديمقراطي لخوض الانتخابات الرئاسية عام 2008م، والتي كانت هيلاري كلينتون الطرف المنافس لأوباما فيها؛ وقد أشارت نتائج الرصد إلى أن تعبيرات وجه بيل كلينتون، ونظرات عينيه، وحركات يديه؛ لم تكن عدوانية أو حتى سلبية؛ ومن ثم فإن تصريحه السلبي ضد أوباما قد يندرج ضمن زلات اللسان!!!.

ويشمل تحليل الإيماءات الإشارات السائدة والتي تصدر من الشخص بشكلٍ متكرر، وكذلك تعبيرات الوجه، ونظرات العينين، وحركات اليدين، وهيئة الشخص خلال جلسته أو وقوفه.

وثمة اتفاقٌ بين المتخصصين في تحليل اللغة غير اللفظية إلى أنه لا يمكن إستكشاف سمات الشخصيات الخارقة والمؤثرة في الجماهير The Charismatic

Characters - كالتزعماء والدعاة البارزين- دون توظيف نمطى التحليل اللفظي وغير اللفظي. (50)

ومن خلال الملاحظة العلمية المقننة فقد رصد الباحث إبان الثورة المصرية في 25 يناير 2011م إيماءات إيجابية تنطوي على دلالات الإعجاب والإشادة من قبل الرئيس الأمريكي باراك أوباما الذي صرح عبر الشبكات التليفزيونية الأمريكية أنه ينبغي على الشباب الأمريكي أن يتعلم من الشباب المصري. كما تكرر النموذج ذاته خلال المؤتمر الصحفي الذي صرح فيه رئيس الوزراء الإيطالي الأسبق سيلفيو برلوسكوني تصريحاً يُشيد فيه بالثورة المصرية، وجاء فيه: "لا عجب.. فإن مصرَ دائماً ما تصنع التاريخ".

ويستند الرصد الإعلامي في بعض تطبيقاته على أسلوب جرين فيلد **The Greenfield Technique**؛ ويُستخدم هذا الأسلوب لرصد وتحليل المحتوى الإعلامي عبر فترة زمنية ممتدة، حيث يرصد القضايا الرئيسية التي تُمثل مؤشراً اجتماعياً للتحويلات التي يتعرض لها مجتمع ما خلال مراحل تطوره السياسية والاقتصادية والثقافية. أي أن عملية الرصد الإعلامي للقضايا الرئيسية المهمة تتم بدورها في ضوء علاقاتها التفاعلية مع بعضها بعضاً ومع القضايا الفرعية المكوّنة لها؛ والتي تعكس سمات التحويلات الاجتماعية التي يتعرض لها البناء المجتمعي المعين. على سبيل المثال يتم تقسيم القضية العامة (The Broad Category (BC)؛ مثل "الاقتصاد" إلى العديد من القضايا الفرعية المرتبطة بنسيج المجتمع؛ ومنها: "أسعار الذهب"، و"التضخم"، و"أسعار صرف العملات الأجنبية"، و"الوظائف المتاحة"، و"أسعار السلع الرئيسية"، و"أسعار الخدمات" وغيرها. وفي ضوء رصد التفاعلات بين القضية الرئيسية والقضايا الفرعية، فضلاً عن رصد التفاعلات القائمة بين القضايا الفرعية بعضها بعضاً يتم استخلاص النتائج التي تتسم بالعمق والرصانة والتكامل بشأن تأثيرات القضايا الرئيسية على الأفراد والجماعات الاجتماعية والمجتمع في مجمله خلال فترة أو فترات الرصد الإعلامي. (51) ويعنى ذلك أن الراصدين الإعلاميين إذا ما قرروا رصد وسبر أغوار التفاعلات ما بين القضايا فإنهم يجدون أسلوباً منهجياً متميزاً في هذا الصدد ألا وهو أسلوب جرين فيلد.

ويمكن تطبيق أسلوب جرين فيلد في رصد مستويات التنافسية بين المؤسسات الإعلامية في مجتمع ما من المجتمعات، كما يمكن الاستناد إليه للوقوف على مستويات التبادلية بين كل من الإعلام التقليدي والجديد بشأن الأحداث المهمة في المجتمع.

كما يستند الراصدون الإعلاميون إلى تحليل الخطاب الإعلامي **Media Discourse Analysis**، لرصد وتحليل عناصر الخطاب الواردة في ثنايا التغطية الإعلامية لقضية أو مجموعة من القضايا المهمة. وينطلق تحليل الخطاب من منطلق أن المضامين والرسائل الإعلامية تنطوي على محفزات إقناعية لتوجيه الجمهور لقبول آراء بعينها بشأن القضايا والسياسات المهمة في المجتمع؛ ومن ثم فإن مُنتجتي

المواد الإعلامية يميلون إلى استخدام التكنيكات الإقناعية مثل توظيف الحجج والبراهين، والاستمالات العاطفية، والمفردات اللغوية المؤثرة، والإطناب في صياغة النصوص الإعلامية، وإيهام الجمهور بأن ما يطرحونه- أي منتج المواد الإعلامية-؛ إنما يُمثّل رأي الأغلبية والرأي الذي استقر عليه المجتمع.⁽⁵²⁾

وقد شهد حقل الدراسات الإعلامية خلال عقدي الثمانينيات والتسعينيات تحولاً مهماً يركز بدوره على كون الأخبار بناءات للواقع تُشكّلها القوى السياسية والاقتصادية والثقافية الفاعلة في المجتمع. وإزاء ذلك يمكن القول بإمكانية رصد التحيزات في النصوص الإخبارية عبر الوقوف على الأدوات اللغوية التي توظفها تلك القوى المذكورة-بوصفها مصادر إخبارية-؛ في توجيه الحدث أو الواقعة الإخبارية المعينة بما يتفق مع أهدافها ومصالحها ورؤيتها الخاصة للواقع الاجتماعي. وفي ضوء ما سبق ينطلق تحليل الخطاب الإعلامي من قاعدة علمية رصينة مفادها أن النصوص الإخبارية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية إنما تنطوي على قدر كبير من الدلالات الأيديولوجية-أي التصورات والرؤى الفكرية للتعامل المعين مع الواقع-؛ وترتبط تلك الدلالات بخصوصية المجتمعات المعينة؛ ومن ثمّ فإن عملية إنتاج الأخبار وتوزيعها عبر وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية إلى الجماهير العريضة من القراء والمستمعين والمشاهدين تُعد بمثابة عمليات رئيسية تدور في فلك الأطر الأيديولوجية والمرجعيات الفكرية المعينة. ومن ثمّ يهتم تحليل الخطاب الإعلامي برصد الدلالات الأيديولوجية البارزة Ideological Salience في الأخبار وغيرها من المضامين الإعلامية؛ فضلاً عن الوقوف على تأثيراتها في حيادية المادة الإخبارية، وصدقيتها وتوازنها.⁽⁵³⁾

وقد تم تطبيق تحليل الخطاب الإعلامي من خلال المرصد الأوروبي ضد العنصرية وكان من أبرز نتائج رصد المضامين التي نُشرت وبُنّت في وسائل الإعلام الأوروبية بشأن المهاجرين لأوروبا ما يلي:

- تكريس الصوّر النمطيّة المشوهة والسلبية عن المهاجرين الذين نزحوا لأوروبا من عرقياتٍ واثنياتٍ وثقافاتٍ مغايرة.
- تحميل المهاجرين مسؤولية شيوخ الجريمة في البلدان الأوروبية، وبخاصة جرائم السطو والسرقّة وترويج المخدرات.
- متاجرة النخبة السياسية في خطابها السياسي بقضية المهاجرين لاكتساب مناصرين والفوز بالمناصب السياسية.
- استخدام المفردات اللغوية ذات الدلالات السلبية لتكون توصيفاً لازماً للمهاجرين بحيث أضحى المهاجر قرين السلبيات، والمثالب، والموبقات في المجتمع الأوروبي.⁽⁵⁴⁾

ويتضح مما سبق أن تحليل الخطاب يكون مهماً جداً لرصد مستويات الصراع في ثنايا التغطية الإعلامية للقضايا المهمة؛ ومن ثمّ فإن تحليل الخطاب يُعد من الأساليب

المنهجية الرصينة التي يمكن استخدامها لرصد وتحليل وتقويم الخطاب الإعلامي للقضايا الخلافية مثل: سد النهضة، والخلافات الأوروبية/ الشرق أوسطية بشأن الهجرة السرية، والصراع الفلسطيني/ الإسرائيلي، وتهويد القدس، والصراع السني/ الشيعي في اليمن، والجدل حول وضعية المرأة في الدول النامية، والتكهنات بحروب قادمة تكون المياه سببها الرئيس وغيرها من القضايا التي يمكن رصد وتحليل الخطاب الإعلامي الخاص بها؛ بما يسمح بتوفير قواعد معلوماتية لصناع القرار لاتخاذ قراراتٍ رشيدةٍ بشأن معالجتها والحد من تداعياتها السلبية على المجتمع أو المجتمعات التي تعاني من تلك القضايا والمشكلات.

وعلى الرغم من أن أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته تعتمد بشكلٍ محدود على تحليل الأطر الإعلامية **Media Framing Analysis**؛ إلا أن تطبيق هذا النمط من التحليل يسمح للراصدين الإعلاميين بالوقوف على الأمور التالية:

- استخلاص الخط العام، والمنظور التفسيري الذي تنتهجه الوسيلة الإعلامية في تناولها الإخباري للقضايا المهمة خلال فترة زمنية بعينها- فترة الرصد الإعلامي.-

- الوقوف على مستوى التناغم والتوافق في محتوى القوالب والأشكال الخبرية بشأن القضايا المهمة محل الرصد، ودورها في تكريس المنظور التفسيري المعين لتلك القضايا.

- استكشاف آليات "الإقصاء" و"الاستبعاد" و"غض الطرف" عن الأطر التفسيرية الأخرى للقضايا محل الرصد.

- تحليل الآليات اللغوية والمرئية التي تستخدمها الوسيلة لدفع الجمهور لتبني المنظور التفسيري المعين الذي تطرحه الوسيلة في تغطيتها الإخبارية للقضايا المهمة محل الرصد.

- الوقوف على مستويات التحيز في التغطية الإعلامية للقضايا البارزة خلال فترة الرصد.

- تتيح آليات تحليل الأطر الإعلامية إمكانية الوقوف على التوجهات والميول الأيديولوجية، والمرجعيات المعرفية لصناع الأخبار والتي يمكن استخلاصها من ثانياً التغطية الإخبارية لبعض القضايا دون غيرها.

- رصد مسوّغات القضايا التي وردت في التغطية الإخبارية والتي تطرحها الوسيلة الإعلامية بوصفها الأسباب البارزة والواقعية لتلك القضايا.

- رصد وتحليل مستويات الإيجابية في التغطية الإخبارية للقضايا المهمة؛ والتي تتمثل في حرص الوسيلة على طرح حلول لتلك القضايا المهمة.

- رصد الآليات التي تتبعها الوسيلة الإعلامية لتحسين الجمهور ضد الأطر التفسيرية الأخرى المغايرة للأطر التي تتبناها الوسيلة بشأن القضايا المهمة محل الرصد. (55)

وتكمن أهمية استخلاص الأطر في الرصد الإعلامي في كونها-أي تلك الأطر- تُمثّل الخط العام والنقطة التفسيرية المحوريّة التي تنجذب إليها، وتدور في فلكها المضامين الإعلامية والإخبارية في تناولها للقضية المهمة المعينة. كما يُمثّل الإطار الخبري المرجعيّة التي يستند إليها صنّاع الأخبار خلال عملية صياغتهم وإنتاجهم للقصص والتقارير الإخبارية المتعلقة بتلك القضية المهمة. كما تساهم الأطر المصوّرة Visual Frames؛ في تدعيم النقطة التفسيرية المحوريّة للقضية المهمة- أي الإطار الخبري المعين- عندما تتناغم المواد المصوّرة والفيديو مع النصوص الخبرية التي تتبنى النقطة التفسيرية ذاتها في التغطية الإخبارية التراكميّة للقضية المهمة ذاتها عبر الزمن.⁽⁵⁶⁾

رصد وسائل الإعلام الجديدة:

نجحت الويب أو الشبكة العالمية للمعلومات في أن تفرض نفسها على البيئة الإعلامية العالمية بوصفها إعلاماً بديلاً للإعلام التقليدي الذي يغلب عليه سمة الرسميّة وتغيب فيه التفاعليّة بين القائمين بالاتصال والجمهور. ومنذ أن أعلن تيم بيرنرز لي Tim Berners-Lee- مبتكر الويب- عن إتاحتها تجارياً عام 1991م؛ والشبكة في نموٍ مطردٍ حيث بلغ عدد مستخدميها في النصف الأول من عام 2016م نحو 3,6 مليار مستخدم من أصل 7,34 مليار نسمة هم إجمالي عدد سكان العالم؛ ويعني ذلك أن نسبة استخدام الويب قد اقتربت من نصف سكان الكون لتصل إلى 48,6% من إجمالي هؤلاء السكان.⁽⁵⁷⁾ كما تُشير الإحصائيات خلال عام 2015م إلى ارتفاع مطردٍ في استخدامات الويب لتتخطى حاجر الـ90%- من إجمالي عدد السكان- في بعض الدول الخليجية كالإمارات العربية المتحدة، والبحرين، وقطر، كما بلغت نسبة الاستخدام في مصر إلى نحو 49,2% من إجمالي عدد السكان.⁽⁵⁸⁾ وتؤكد الإحصائيات أيضاً تزايد معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية، وبخاصة شبكة الفيس بوك التي بلغ عدد مستخدميها في عام 2015م إلى نحو 936 مليون مستخدم معظمهم من الشباب في الفئة العمرية من 18-34 عاماً.⁽⁵⁹⁾ على الجانب الآخر فقد بلغ عدد المستخدمين الذين زيفوا بياناتهم الشخصية على الفيس بوك نحو 81 مليون مستخدم!!!⁽⁶⁰⁾

وقد اهتم الراصدون الإعلاميون في العقد الأول من الألفية الثالثة بتتبع وقياس خصائص الويب والمواقع الاجتماعية الإلكترونية من خلال عدة أبعاد؛ أبرزها: دقة المعلومات الواردة بالمواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية وأصالتها، وسلامتها، ومستويات التوظيف الاحترافي للوسائط المتعددة، وحدود الإطناب بين تلك الوسائط، ومستويات التفاعليّة التي تنتجها تلك المواقع لروادها ومستخدميها عبر الزمن، ويُسر عملية البحث والتصفح عبر تلك المواقع، فضلاً عن رصد عملية تحديث البيانات والمعلومات الواردة بتلك المواقع.⁽⁶¹⁾

وقد اعتبر بعض الباحثين أن مواقع مثل ألكسا Alexa.com، وكومبيت Compete.com، وكلاوت Klout.com؛ والتي ترصد وتقيس شعبية المواقع على

الويب، وخصائص مستخدميها؛ ما هيّ إلامنط من أنماط الرصد الإلامي خلال السنوات الأولى من انتشار الويب عالمياً (62)

وقد اتجه الراصدون مع نهاية العقد الأول من الألفية الثالثة صوب رصد مضامين الويب والشبكات الالتماعية وتحليلها، وتقويمها. ففي عام 2010م نشر الراصدون وممارسو الاللاقات العامة الأدوات المجانية التي يمكن استخدامها لرصد مضامين المدونات والشبكات الالتماعية؛ ومن أبرز تلك الأدوات غير الربحية ما يلي:

- محرّكا تقنوراطي وبلوج بلس Technorati and BlogPluse؛ لالستكشاف ورصد الآراء والاتجاهات، والمضامين الرقمية وبخاصة القصص الخبرية والصور ومقاطع الفيديو الأكثر بروزاً وتداولاً بالمدونات، كما يُتيح محرك تقنوراطي قائمة بالمدونات الأكثر شعبية وتأثيراً Influential Blogs.

- محرّكا بورديدر وبوردتراكر BoardReader and BoardTracker؛ وهما من محرّكات البحث الاحترافية التي تسمح للراصدين بالوقوف على المعلومات بشأن قضية ما أو مجموعة من القضايا التي يثور حولها النقاش والجدل بساحات الرأي الاللكترونية. ويتسم المحرّكان بالسرعة في إتاحة المعلومات للباحثين والراصدين، والمهتمين بشئون الإلام الجديد والرأي العام.

- محرّكا تويتر الأنبي وهوت سويت Twitterfall and Hootsuite؛ ويرصدان المضامين الحديثة التي ترد بالرسائل القصيرة Tweets؛ على شبكة تويتر والتي تتعلق بقضية معينة، أو شخصية ما، أو مؤسسة ما، أو سلعة ما؛ بيد أن المحرّكين المذكورين أقل كفاءة في التعامل مع المصادر المتعددة والمتنوعة.

- محرّكا فيس بنش وتريندينج FacePinch and It's Trending؛ ويرصدان القضايا المهمة، والمواد النصية والصوتية والمرئية الأكثر شيوعاً واستخداماً من قبل رواد الفيس بوك (63)

ويتفق الراصدون والباحثون الإلاميون على أن الويب تنطوي على كم هائل من المدونات، وساحات الرأي، وغرف المحادثة، والمواقع الالتماعية، والمواقع التي تضطلع بمهام رصد شعبية المواقع الاللكترونية على الويب، فضلاً عن فيض الوسائط المتعددة التي تزخر به تلك المواقع. وإزاء ذلك يتفق الراصدون والباحثون أنفسهم على ضرورة أن تكون وسائل وأدوات رصد وتحليل مواقع الويب متنوعة وديناميكية شأنها شأن تلك المواقع التي تتسم أيضا بالتنوع والديناميكية عبر فترات زمنية قصيرة.

وفي ضوء ما سبق؛ فقد لاحظ الباحثون في مجال تكنولوجيا المعلومات وجود فجوة بين صناعات القرارات والسياسات سواء الإلامية أم التسويقية وبين المجتمعات الاللكترونية على الويب؛ وسعى هؤلاء الباحثون لبناء جسر اجتماعي/ تقني Socio-technological Bridge؛ يسمح لصناعات القرارات بالوقوف على الخطاب غير الرسمي الذي يسود المجتمعات الاللكترونية بشأن القضايا المهمة في المجتمع، ويمتد

الأمر ليشمل أيضاً ما يتداوله رواد وأعضاء تلك المجتمعات بشأن المؤسسات والشركات ومنتجاتها، وخدماتها التي تطرحها للمواطنين.

وفي السياق ذاته، فقد طرح الباحثون برنامج تويتريز بلس Twitris+ عام 2012م ليضطلع بمهام الرصد والتحليل الدلالي للنصوص الواردة بالرسائل المتداولة على شبكة تويتر، وكذلك استكشاف المستخدمين المؤثرين والناشطين Influential Users؛ فضلاً عن توفير الإحصائيات الخاصة بالمضامين وأنماط استخاماتها، وغيرها من الإحصائيات المهمة⁽⁶⁴⁾.

وقد شهد عام 2013م طفرةً في أنشطة الرصد الإعلامي للويب والشبكات الاجتماعية؛ عندما طرح الباحثون في مجال الاتصالات وتقنيات المعلومات نحو خمسين أداة وبرنامجاً جاهزاً للشركات الربحية متعددة الجنسيات، وكلٍ من الشركات الإقليمية والمحلية لتقوم من خلالها- أي تلك البرامج والأدوات-؛ برصد وقياس وتحليل وإدارة أنشطتها الترويجية، فضلاً عن رصد ردود أفعال المستهلكين نحو تلك الشركات، والصور الذهنية المتكوّنة لديهم عنها.

ومن وجهة نظر المستفيد النهائي من تلك البرامج والأدوات الجاهزة- أي الشركات والمؤسسات الربحية- فإن البرامج والأدوات الأبرز، والأكثر فائدة هي تلك التي تُجيب على التساؤلات التالية: كم عدد رواد الشبكات الاجتماعية الذين تحدثوا عن الشركة؟ ومن هم؟ وما خصائصهم؟، وماذا قالوا تحديداً في حق الشركة سواءً إيجاباً أم سلباً؟⁽⁶⁵⁾.

وفي عام 2013م طرح الباحث الفنلندي ألكسندر سيمينوف Alexander Semenov؛ المتخصص في تقنيات المعلومات برنامجاً لرصد وتحليل شبكات التواصل الاجتماعي، وعرض سماته وطرحها للاختبار. وتتمثل السمات العامة للبرنامج الذي طرحه سيمينوف فيما يلي:

- يسمح البرنامج برصد وتحليل البيانات الصادرة عن العديد من المصادر والمواقع والصفحات على الشبكة الاجتماعية المعينة، والتي تتناول القضية محل الاهتمام والرصد والتحليل.

- يُتيح البرنامج تخزين كم هائل من البيانات والمعلومات غير المتجانسة فيما يُعرف بحاويات التخزين أو أماكن التخزين مع تنظيمها ومعالجتها من خلال إحداث قدرًا من التجانس النسبي بينها- أي تلك البيانات والمعلومات- سواءً في شكل وصيغة المعلومة الرقمية أم في محتواها.

- إثراء عملية البحث والتتبع من قبل الراصدين الإعلاميين للمواقع والصفحات المختلفة على الشبكات الاجتماعية من خلال الباحث التلقائي Web Crawler الذي يُضفي سمات السرعة والأنية والدقة على عملية الرصد الإعلامي؛ فضلاً عن التطوير التقني الذي يسمح لعددٍ كبيرٍ من الراصدين بالاضطلاع بأعباء مهامهم في الرصد والتتبع في أنٍ واحد، وبكفاءةٍ عالية⁽⁶⁶⁾.

ووفقاً للبرنامج الذي طرحه سيمينوف فإن عملية رصد الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية إنما تتم عبر ثلاث مراحل:

أولاً: بناء قاعدة معرفية بشأن المستخدمين الفاعلين والناشطين على الشبكات الاجتماعية، وبخاصة فيما يتعلق بطبيعة الأحداث التي ينفعلون بها، ويتعاطون معها بشكل مكثف في الواقع الاجتماعي.

ثانياً: رصد الآلية التي وظّفها المستخدمون في نقل خبراتهم بالأحداث المهمة في الواقع الاجتماعي سواء عبر النصوص أو الصوت أو الصور أو الفيديو؛ وتتبع قراراتهم ببث تلك الملفات لمن يتشاركون معهم على الشبكات الاجتماعية.

ثالثاً: رصد تعليقات أقرانهم على الملفات المذكورة سالفاً، وتحليل دلالات تلك التعليقات. (67)

ويهتم الراصدون باستخدام محرّكات البحث والبرامج الجاهزة التي تسمح بالتحليل الدلالي للمضامين الواردة بالشبكات الاجتماعية. ومنذ مطلع عام 2014م دأب الراصدون على استخدام البرامج الجاهزة التي تسمح برصد وحساب المفردات الإيجابية في مقابل المفردات السلبية والتي تتعلق بقضية ما أو مؤسسة من المؤسسات. وبخاصة المؤسسات والشركات الدولية، ومن أبرز تلك البرامج؛ برنامج تحديد المفردات اللغوية Mark My Word، وبرنامج المفردات الثرية وذات الدلالة Text Miner، وكذلك برنامج حساب المفردات اللغوية NVivo. (68)

وقد شهد العام ذاته- أي 2014م- استخداماً احترافياً من قبل الراصدين والباحثين الإعلاميين لمسار تحليل الشبكات Network Analysis؛ والذي يستخدم عدداً من الأدوات والبرامج الجاهزة التي تسمح بتتبع عملية انتشار المعلومات، ومستويات التشارك فيها من قبل رواد ومستخدمي المجتمعات الإلكترونية، وبخاصة على شبكة تويتر، وتسمح الآليات المستخدمة في مسار تحليل الشبكات بتنفيذ أنشطة الرصد الإعلامي التالية:

- رصد وتتبع انتقال الرسائل والتغريدات من مستخدمٍ لآخر على الشبكة الاجتماعية.
- رصد وتتبع الكلمات المحورية التي تحظى برواجٍ وانتشارٍ ملحوظ بين الشبكات المتجانسة The Homogenous Networks.
- توظيف آليات الربط العضوي والدلالي بين كلٍ من المستخدم والكلمات المحورية، والمستخدم والهاشتاج. (69)

وتجدر الإشارة إلى أن المتخصصين في تقنيات المعلومات والإعلام الجديد قد دأبوا منذ عام 2015م على تطوير محرّكات بحث وبرامج جاهزة وأدوات بحثية إلكترونية تقدم تحليلاً علمياً مدققاً لمواقع الرسائل الصغيرة Micro Blogging، ومواقع الوسائط المتعددة وغيرها؛ ومن أبرز تلك التطبيقات المحرّكات البحثية النوعية التي تعمل جوجل على تطويرها عبر الزمن، وبرنامج الرصد والتحليل

الدلالي المتعمق Tattler App ؛ والذي نحج في تطوير أنشطة الرصد الإعلامي للمضامين الرقمية على الشبكات الاجتماعية نظراً لسرعته الفائقة في رصد الموضوعات والقضايا والاتجاهات السائدة على تلك الشبكات.⁽⁷⁰⁾

وينبغي التأكيد على أن التطبيقات السابقة إنما يسود استخدامها في سياق الدول المتقدمة دون الدول النامية حيث توجد فجوة رقمية واضحة وملموسة بين كل من تلك الدول على الرغم من أن الأخيرة-أي الدول النامية- تُمثّل نحو 70% من دول العالم!!!.

من ناحية أخرى، تُشير بعض التقارير الحديثة الخاصة بأنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته في الدول المتقدمة إلى أهمية اتباع أساليب موحدة في رصد وتتبع وتحليل مضامين كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، حيث أثبتت النتائج وجود تكامل بين تلك الوسائل في تغطية الموضوعات المجتمعية المهمة. فعلى سبيل المثال؛ فإن المدونات تضطلع بتقديم معلومات رصينة حول الموضوعات المهمة التي تحظى بانتشار ورواج بين الرأي العام حال انتقالها وتغطيتها عبر الصحف والفضائيات، كما تجد تلك الموضوعات طريقها لرواد الشبكات الاجتماعية عبر اهتمام توتير بها بوصفها من الموضوعات البارزة The Trending Topics.⁽⁷¹⁾

ومن خلال الملاحظة العلمية المقننة في السياق المصري، لاحظ الباحث النموذج السابق بالتطبيق على ألعاب البوكيمون The Pokemon Games؛ حيث قامت الشبكات الاجتماعية وبخاصة تويتتر واليوتيوب بإبراز خطورتها ومضارها؛ ثم انتقل الاهتمام بقضية مضار ألعاب البوكيمون إلى الفضائيات والصحف المصرية؛ فاكتملت القضية اهتماماً مجتمعياً كبيراً إلى الحد الذي دفع مؤسسة الأزهر لإصدار فتوى بتحريم ألعاب البوكيمون.

خصائص راصدي المضامين الإعلامية:

تتعدد وظائف ومهام الراصدين الإعلاميين فثمة من يضطلع بأعباء اختيار المدى الزمني لعملية رصد مضامين وسائل الإعلام المختلفة، وكذلك نوعية المضامين محل الرصد، وثمة من يضطلع بعملية تسجيل وتخزين وحفظ المضامين الإعلامية في الوسائط المناسبة، وثمة من يضطلع بأعباء التحليل وكتابة تقارير النتائج النهائية لعملية الرصد الإعلامي.

وبقطع النظر عن مهام الراصدين الإعلاميين فإن ثمة خصائص عامة ينبغي توافرها فيمن ينخرط في أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته؛ ويمكن إيجاز تلك الخصائص في النقاط التالية:

- الثقافة الموسوعية، والقدرة على التعامل مع مصادر المعلومات المختلفة، ومع أنماط المضامين الإعلامية المختلفة.

- أن تتوافر في الراصد مهارات العمل في فريق.

- تمتعه بالرضا الوظيفي ، والإحساس بأهمية العمل الذي يُمارسه للمجتمع.
- الإلمام بالجوانب النظرية والمنهجية الخاصة بعملية الرصد الإعلامي.
- التجرد والنزاهة والموضوعية في التعامل مع بيانات الرصد الإعلامي.
- الإلتزام بالتعليمات البحثية والإجرائية.
- القدرة على بناء العلاقات بين المتغيرات البحثية.
- القدرة على تفسير النتائج ، وعرضها بشكلٍ جلي وملموس.
- التطوير الذاتي، فضلاً عن التطوير من خلال البرامج التدريبية المعينة.
- توافر الاعتقاد الشخصي بضرورة الحفاظ على سرية مخرجات عملية الرصد الإعلامي حتى مرحلة إعلانها من قبل رئيس الفريق البحثي.

أخلاقيات الرصد الإعلامي:

يسود اتفاقٌ بين الخبراء والباحثين المهتمين بشئون الرصد الإعلامي على مجموعةٍ من الأطر الأخلاقية التي ينبغي أن تحكم أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته المختلفة؛ بقطع النظر عن تباين السياقات الثقافية التي تتم فيها تلك الأنشطة والتطبيقات؛ وتتمثل تلك الأطر الأخلاقية فيما يلي:

- (1) عدم استخدام بيانات الرصد الإعلامي ومخرجاته للإساءة للرموز الوطنية، والمؤسسات المجتمعية ذات الاعتبار؛ فضلاً عن تجنب توظيف تلك البيانات والمخرجات لابتزاز المؤسسات الإعلامية ومنسوبيها.
- (2) عدم التراخي أو التهاون في تطبيق الإجراءات العلمية والمنهجية الرشيدة في أنشطة الرصد الإعلامي ومخرجاته حيث أن مناط التمييز في مصداقية مخرجات الرصد الإعلامي إنما تستند إلى حدود التزامها بالمعايير العلمية، والضبط المنهجي في كل مراحلها وخطواتها الإجرائية.
- (3) البعد عن تضليل الرأي العام من خلال طرح نتائج الرصد الإعلامي بوصفها الرأي الذي لا ينبغي الحياد عنه أو الخروج عليه أو الرأي السائد في المجتمع خلال فترةٍ زمنيةٍ بعينها؛ وتتعاظم خطورة الطرح الحالي خلال الأحداث والفعاليات المهمة التي تتركز على الرأي العام الرشيد كالانتخابات العامة والرئاسية، والاستفتاءات.
- (4) تجنب إساءة استخدام مخرجات الرصد الإعلامي لتضليل صنّاع القرارات والسياسات ودفعهم دفعاً لاتخاذ إجراءاتٍ عقابيةٍ ضد المؤسسات الإعلامية، أو مستخدمي الشبكات الاجتماعية على الويب.
- (5) التعامل مع أنشطة الرصد الإعلامي ومخرجاته بوصفها أنشطةً خدميةً أكثر من كونها أنشطةً ربحيةً؛ وذلك في ضوء مفاهيم المسؤولية الاجتماعية التي تؤكد

على أن الهدف الأسمى للرصد الإعلامي هو الإصلاح والتطوير والحفاظ على مقدرات المجتمع المادية والمعنوية.

(6) التحلي بقيم الموضوعية والنزاهة والشفافية والصدق في كتابة المستخلصات أو تقارير النتائج النهائية لعملية الرصد الإعلامي لمضامين وسائل الإعلام المختلفة، وبخاصة وسائل الإعلام الجديدة.

(7) الحفاظ على سرية بيانات الرصد الإعلامي ومخرجاته، والتي تمس الأمن القومي.

الخلاصة والتوصيات:

يُمثل الرصد الإعلامي بأنشطته وتطبيقاته المختلفة الجسر الذي يربط صنّاع السياسات والقرارات بواقع الأداء الإعلامي بكل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة؛ ويُعد الرصد الإعلامي الرافد الأكثر صدقية في توفير البيانات والمعلومات التي يستند إليها صنّاع القرار في ضبط الأداء الإعلامي، وفي دفع المؤسسات الإعلامية وحثها لتأخذ المسار الصحيح الذي يتناغم مع مصالح المجتمع ويتماهي مع منظومته الأخلاقية.

وثمة فروقٌ جليةٌ بين الرصد الإعلامي والرقابة حيث تعني الأخيرة المنع والهيمنة، أما الرصد الإعلامي فينشُد تطوير منظومة الإعلام، ويسعى لتكريس الوظائف المواتية لوسائل الإعلام في المجتمع عبر الزمن.

وقد تعاضمت أهمية أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته في الآونة الأخيرة في ظل تعقد المجتمعات، وتنامي أنشطة المؤسسات والشركات التجارية الإقليمية والدولية، وجنوح الأداء الإعلامي إلى الممارسات الدعائية، وتوظيف الإعلام في الهجوم على الخصوم والمعارضة، والإساءة للرموز الوطنية والمؤسسات المجتمعية ذات الاعتبار، فضلاً عن توظيف الإعلام في تأجيج الصراعات وصناعة الكراهية؛ وفي هذا الصدد بات الرصد الإعلامي للمضامين الإعلامية سواءً في الوسائل التقليدية أم الجديدة أمراً ضرورياً وجوهرياً للحد من التداعيات السلبية للممارسات غير المسؤولة- من قبل تلك الوسائل- على الأفراد والجماعات الاجتماعية والمجتمع في مجمله.

وثمة إشكالية تُواجه الرصد الإعلامي منذ بداية العقد الأول من الألفية الثالثة وحتى الآونة الحالية ألا وهي مستوى الحرفية في عملية تحويل المفردات اللغوية الكيفية إلى لغة العد والإحصاء؛ وفي هذا الصدد يؤكد فريق من الباحثين في مجال الرصد الإعلامي وبرامج الحاسب الآلي على أنه ينبغي تطوير البرامج الجاهزة في هذا الشأن لتكون أكثر دقة وشمولية. فمثلاً عند تتبع ورصد القوى الفاعلة في التغطية الإخبارية بوكالات الأنباء للأحداث البارزة في دولة معينة؛ فإنه ينبغي وضع مصفوفة الاحتمالات التي يمكن أن تتجلى من خلالها المفردة اللغوية المعينة التي يتم رصدها في النصوص الصحفية بقولها وأشكالها المختلفة.⁽⁷²⁾

على سبيل المثال إذا أردنا أن نتتبع ونرصد بدقة تأثير الرئيس الأسبق مبارك كفاعلٍ في التغطية الإخبارية بوكالات الأنباء لإرهابات ثورة 25 يناير وأحداثها حتى فترة ما قبل تنحيه عن السلطة في الحادي عشر من فبراير 2011م؛ فإنه ينبغي أن تتضمن مصفوفة الاحتمالات لذكر "مبارك" كفاعل رئيس في تلك الأحداث البارزة ما يلي:

- مبارك
- حسني مبارك
- الرئيس مبارك
- الرئيس حسني مبارك
- الرئيس المصري مبارك
- الرئيس المصري حسني مبارك.

والأمر الذي ينبغي الاعتراف به هو أن ثمة فجوةً بين الدول المتقدمة في مقابل الدول النامية بشأن أنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته حيث دأبت الدول المتقدمة على الاستفادة من مخرجات الرصد الإعلامي في تطوير مؤسساتها الإعلامية، كما دأبت على توفير المخصصات المالية والتقنيات والأدوات البحثية والبرامج الجاهزة الكفيلة بتحقيق شروط الدقة والموضوعية والرصانة في مخرجات الرصد الإعلامي. على حين ما يزال جدلٌ يثور في الدول النامية بشأن تقييم أهمية الرصد الإعلامي وجدواه في عملية التطوير الإعلامي. ويثور هذا الجدل في ظل الاهتمام البالغ من قبل الباحثين والراصدین الإعلاميين في الدول المتقدمة بتطوير أدوات رصد المضامين والقضايا والرؤى والاتجاهات بوسائل الإعلام الجديدة والمجتمعات الإلكترونية!!!.

وفي ضوء الأهمية البالغة لأنشطة الرصد الإعلامي في المجتمعات المختلفة؛ وبخاصة تلك التي تمر بمرحلة التحول السياسي نحو الديمقراطية- ومنها مصر-؛ يُوصي الباحث بما يلي:

- العمل على نشر ثقافة رصد وتتبع المضامين الإعلامية وتقويمها؛ وبخاصة لدى منظمات المجتمع المدني لتضطلع بدورها في حماية المجتمع من الممارسات غير المهنية لوسائل الإعلام المختلفة.

- تبصير الرأي العام بأهمية مستخلصات ومخرجات أنشطة الرصد الإعلامي ليكون الرأي العام على وعيٍ ودرايةٍ بواقع الأداء الإعلامي في المجتمع؛ وما ينبغي عليه القيام به حيال خروج وسائل الإعلام على المنظومة القيمية والأخلاقية في المجتمع في فترة ما أو فتراتٍ زمنيةٍ بعينها.

- تبني منطوق تعدد أنماط ملكية المراكز والوحدات التي تضطلع بأنشطة الرصد الإعلامي وتطبيقاته بما يسمح بعملية المقارنة بين مخرجاتها، والحكم الرشيد على مصداقية نتائجها.

- تنمية الوعي لدى صنّاع القرار بأهمية توفير المخصصات المالية اللازمة لتنفيذ أنشطة الرصد الإعلامي على الوجه الأمثل؛ وبما يصب إيجاباً في خدمة عملية صناعة السياسات والقرارات الرشيدة.

- التدريب الدوري والمستمر للكوادر البشرية التي تضطلع بأعباء ومهام عمليات الرصد الإعلامي؛ مع التأكيد على أهمية تدريبهم على الأدوات والبرامج الجاهزة في مجال الرصد الإعلامي سواء الكمي أم الكيفي.

- الاهتمام بمد جسور التعاون مع الهيئات والمنظمات الدولية المعنية برصد المضامين الإعلامية وتقويم الأداء الإعلامي كما هو الحال في منظمة اليونسكو التي تقدم العديد من الخدمات اللوجيستية سواء على مستوى التقنيات أم الاستشارات.

- توظيف أسلوب التحليل النقدي للمضامين الإعلامية المختلفة؛ وبخاصة عندما يتعلق الأمر برصد أداء وسائل الإعلام، والمعايير المهنية لهذا الأداء، والأخلاقيات المرتبطة به.

- بذل مزيد من الجهد العلمي المقنن لبناء مدخل تكاملي وتوافقي موحد يسمح بدوره برصد وتحليل وتقويم مضامين كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في ضوء الانطلاق من نقاط التقارب، والحد من تأثيرات نقاط الاختلاف والتباعد.

- الاهتمام البالغ بإجراء أنشطة الرصد المقنن والمنتظم في إطار ثنائيات القبلي/بعدي بالتطبيق على الأحداث الجسام كالثورات والتحويلات الاقتصادية والانقلابات العسكرية؛ للوقوف على وضع حرية الإعلام والتعبير قبل تلك الأحداث وبعدها؛ وبذلك تضطلع أنشطة الرصد الإعلامي بوظائف التوثيق والتأريخ والتقويم في آن واحد، وتضحي نتائجها ومخرجاتها رصيماً موضوعياً للباحثين المتخصصين، وكذلك الأجيال القادمة لتقويم تلك الأحداث الجسام وتأثيراتها على حرية الإعلام والصحافة والتعبير في مجتمعاتهم المعينة.

قائمة المراجع:

(*) تستخدم بعض الأديبات مصطلح Media Tracking ؛ بوصفه مصطلحاً مرادفاً لمصطلح الرصد الإعلامي The Media Monitoring.

- (1) CyberAlert.,(2010),"Media Monitoring: The Complete Guide", (Online),available at: http://www.cyberalert.com/downloads/media_monitoring_whitepaper.pdf,p.4 , Date of Search: 1/1/2016.
 - (2) Jim Macnamara.,(2005),"Content Analysis: Its Uses, Benefits and Best Practice Methodology", *Asia Pacific Public Relations Journal*, Vol.6 ,No.1,pp.1-2.
 - (3) Directorate General of Human Rights and Legal Affairs.,(2009), "Methodology for Monitoring Media Concentration and Media Content Diversity", (Online),available at: [http:// www.coe.int/.../media/doc/H-Inf\(2009\)9_en.pdf](http://www.coe.int/.../media/doc/H-Inf(2009)9_en.pdf),p.9, Date of Search: 1/1/2016.
 - (4) Amelia Arsenaunt., Sheldon Himelfarb., and Susan Abbott.,(2011), "Evaluating Media Interventions in Conflict Countries: Toward Developing Common Principles and a Community of Practice", (Online), Available at: <http://www.usip.org/sites/default/files/PW77/pdf,pp.6-8>, Date of Search: 1/1/2016.
- See Also:**
- Directorate General of Human Rights and Legal Affairs.,(2009),**Op.cit.**, p.5.
- (5)John DiNardo., and David S. Lee.,(2010)," Program Evaluation and Research Designs", (Online),available at: [http:// www.nber.org/papers/ w16016.pdf](http://www.nber.org/papers/w16016.pdf),pp.5-8.
- See Also:**
- RAND "Europe" .,(2012),"Developing a Research Evaluation", (Online), Available at: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_briefs/RB9700/RB9716/RAND_RB9716.pdf., Date of Search:1/1/ 2016.
- (6) Sun Thongyot., Nuttaporn Lawthong., and Sirichi Kanjanawasee., (2010),"Development of an Evaluation System of Research Performance by Applying The Outcome Mapping Approach: A Case Study of Faculty of Liberal Arts and Science, Nakhon Phanom University, Thailand", (Online),available at:<http://www.aabri.com/manuscripts/11812.pdf> ,pp.1-8 , Date of Search: 12/1/2016.
 - (7)INTERACT (European Union),(2013),"Monitoring and Evaluation of Communication Activities", (Online), available at: http://www.interact-eu.net/downloads/3087/Presentation_Evaluation_and_Communication_INTERACT.pdf.,pp.2-3, Date of Search: 12/1/2016.
 - (8)Robert Norris., and Patrick Merloe.,(2002),"Media Monitoring to Promote Democratic Elections : An Handbook for Citizen Organizations" ,(Online),available at: http://www.ndi.org/files/1420_elect_media_02_1-31_0.pdf , pp.1-31, Date of Search: 5/1/2016.

(9) Rakhee Goyal., Alexandra Pittman., and Anna Workman.,(2010), "Measuring Change :Monitoring and Evaluating Leadership Programs : A Guide for Organization",**(Online)**, available at: http://www.Learning partnership.org/docs/pubs/MeasuringChange_English.pdf, Date of Search : 5/1/ 2016.

(10)Edward Bird., and Zureida Garda.,(1996),"The of The Print Media During The Apartheid Era",**(Online)**,available at :<http://www.mediamonitoringAfrica.org/images/uploads/trc.pdf>, pp.1-9, Date of Search: 5/1/2016.

(11)Joe Mullin.,(2014),"TV Monitoring Service is Fair Use, Judge Rules", **(Online)**, available at: <http://arstechnica.com/tech-policy /2014/09/tv-monitoring-service-is-fair-/use-judge-rules.html>.,Date of Search: 5/1 /2016.

(12) Abhas K. Jha., and Others.,(2010)," Safer Homes, Stronger Communities: A Handbook for Reconstructing After Natural Disaster", **(Online)**,available at:www.housingreconstruction.org.

Its also available at: <http://worldbank.org>., Date of Search:5/1/2016.

(13)United Nations Development Programme "Evaluation Office"., (2002)," Handbook on Monitoring and Evaluating for Results", **(Online)**, available at: <http://web.undp.org/evaluation/handbook/pdf,p.5>, Date of Search: 5/1/2016.

(14) **Ibid.**,p.5.

(15) Amelia Arsenault., Sheldon Himelfarb., and Susan Abbott.,(2011), **Op.cit.**,p.7.

(16) Ben Cotton,(2010)," **An Introduction to Social Media Monitoring** ", The Public Relations Whitepapers Series, Part2,(UK: Daryl Willcox Publishing),pp.1-6.

(17) United Nations Development Programme "Evaluation Office"., (2002),**Op.cit.**,pp.5-6.

(18) استند الباحث إلى المراجع التالية:

- CyberAlert.,(2014),"Media Monitoring 2014: The Ultimate Guide", **(Online)**, available at: www.cyberalert.com/.../media-monitoring-whitepaper-2014.pdf,pp.1-43,Date of Search: 5/1/2016.

- Jen Zingsheim.,(2011),"The Benefits of Monitoring and Measuring Traditional and Social Media Coverage Together: A Unified Approach Provides Greater Insights Than Segregated Silos",**(Online)**, available: http://www.customscoop.com/wp-content/uploads/2011/06/Unified_Media.pdf,pp.1-6, Date of Search: 5/1/2016.

- Joe Mullin.,(2014),**Op.cit.**,

- Rakhee Goyal., Alexandra Pittman., and Anna Workman.,(2010), **Op.cit.**,

(19) خالد صلاح الدين حسن علي، أهداف الرصد الإعلامي وآلياته، محاضرات غير منشورة، في إطار الدورة التدريبية لمنسوبي الهيئة العامة للاستعلامات حول الرصد الإعلامي وآلياته، (القاهرة: مؤسسة أخبار اليوم، مركز أخبار اليوم للتدريب والاستشارات، نوفمبر 2014م).

(20) المرجع السابق.

(21) The National Democratic Institute (NDI),(2012)," The Basics of Monitoring: Quantitative Measurements, Qualitative Assessments, Data Collection and Data

Analysis", (Online), available at: [www.ndi.org / files /1420_elect_media_02_32-42_0.pdf](http://www.ndi.org/files/1420_elect_media_02_32-42_0.pdf), pp.31-32, Date of Search: 6/1/2016.

(22) United Nation Development Programme.,(2010)," Media and Elections in Sudan: Monitoring The Coverage of Sudan 2010 Elections", (Online), available at: <http://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2012/11/ims-monitoring-sudan-coverage-2010.pdf>, Date of Search:6/1/2016.

(23) The Slovak Media Institution.,(2010),"Monitoring of The Media Coverage Prior to 7 November Elections in Burma", (Online),available at:[http://memo98.sk/en/data/ media/burma_1st_report_final2.pdf](http://memo98.sk/en/data/media/burma_1st_report_final2.pdf), pp.1-15, Date of Search: 6/1/2016.

(24) Emang Bokhutlo., and Others.,(2014)," SAFF Report Observation of Media Conduct During The 2014 Malawi Tripartite Elections", (Online), Available at :http://www.osisa.org/sites/default/files/saef_report_media_conduct_2014_malawi_tripartite_elections_18_june_20141.pdf, pp.1-15, Date of Search: 6/1/2016.

(25) The National Democratic Institute (NDI),(2012), **Op.cit.**,pp.25-28.

(26) شارك الباحث- بوصفه المدير السابق لمركز بحوث ودراسات الرأي العام بكلية الإعلام/ جامعة القاهرة- كعضو ضمن فريق لجنة متابعة ورصد وتقويم الدعاية الإعلامية والإعلانية لانتخابات رئاسة الجمهورية 2014م. وقد ترأس اللجنة الأستاذ الدكتور/ عدلي سيد محمد رضا الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة. واقتصر عملها- أي اللجنة- على رصد المضامين الإعلامية المسموعة والمرئية دون المطبوعة-أي لم يمتد عمل اللجنة ليشمل الصحف المصرية بتصنيفاتها المختلفة-. وامتد عمل اللجنة خلال الفترة من 5/3 وحتى 2014/6/1م.

(27) لجنة متابعة ورصد وتقويم الدعاية الإعلامية والإعلانية لانتخابات رئاسة الجمهورية، التقرير الثالث والنهائي: قواعد ومعايير العمل بلجنة متابعة ورصد وتقويم الدعاية الإعلامية والإعلانية لانتخابات رئاسة الجمهورية 2014م،(القاهرة: اللجنة العليا للانتخابات الرئاسية المصرية، لجنة متابعة ورصد وتقويم الدعاية الإعلامية والإعلانية لانتخابات رئاسة الجمهورية 2014م)، ص ص2-4.

(28) United Nations Development Programme "Evaluation Office"., (2002), **Op.cit.**,pp.5-6.

(29) Abhas K. Jha., and Others.,(2010), **Op.cit.**,p.271.

(30) Eastern Partnership Civil Society Forum.,(2015),"Messages of Russian TV : Monitoring Report 2015", (Online), available at: [http:// eap-csf.eu/assets/files/Monitoring%20report_Russian%20TV.pdf](http://eap-csf.eu/assets/files/Monitoring%20report_Russian%20TV.pdf), Date of Search: 6/1/2016.

(31) تم الاستناد إلى المعلومات المباشرة المتاحة على موقع الشركة على الويب:

- www.intelligentmedia.com

(32) تم الاستناد إلى المعلومات المباشرة المتاحة على موقع الشركة على الويب:

-www.criticalmention.com/official

(33) اتحاد إذاعات الدول العربية، التقرير السنوي حول البث الفضائي العربي، متاح على موقع الاتحاد على الويب:

-<http://www.asbu.net/doc1.php?docid=101&lang=ar>. Date of Search: 25/12/2015.

- (34) Mara Mendes.,(2013),"Overview of Corruption in The Media in Developing Countries",**(Online),available at: <http://www.u4.no/publications/overview-of-corruption-in-the-media-in-developing-countries/pdf>,Date of Search: 1/1/2016.**
- (35) Stephen Waddington,(2013),A Critical Review of The Four Models of Public Relations and Excellence Theory in an Era of Digital Communication",**(Online),available at:<http://www.wadds.co.uk/wp-content/uploads/2013/06/chartered...pdf>, Date of Search:29/12/2015.**
- (36) W. Russell Neuman,(2010),"Theories of Media Evolution",**(Online), Available at:<http://www.press.umich.edu/pdf/9780472070824-ch1.pdf>, pp.14-15, Date of Search: 29/12/2015.**
- (37) Rebecca Sawyer,(2011),"The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation", **Senior Honors Projects,(Online),available At: <http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/242.pdf>,pp.1-30, Date of Search: 29/12/2015.**

(38) خالد صلاح الدين حسن علي (2014)، مرجع سابق.

(39) المرجع السابق.

(40) Jim Macnamara,(2005),**Op.cit.**,p.3.

(41) عدلي سيد رضا، وخالد صلاح الدين، رصد أداء البرامج الجماهيرية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث ودراسات الرأي العام، 2015م).

(42) Jim Macnamara,(2005),**Op.cit.**,p.7.

(43) **Ibid.**,p.7.

(44) Sunvodeep Mazumdar and Others.,(2014)," Visual Analysis of Real-time Social Media Emergency Response",**(Online),available at: www.ceur-ws.org/Vol-1329/papersmile_5.pdf, pp.1-12, Date of Search:28/ 12/2015.**

أنظر أيضاً:

- خالد صلاح الدين حسن علي، الإنتاج التلفزيوني، مدخل تطبيقي، مذكرات علمية غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2001م).

(45) Florian Schneider.,(2013), "An Introduction to Visual Communication Analysis",**(Online),available at: <http://www.Politics eastasia.com/studying/an-introduction-to-visual-communication-analysis>, Date of Search: 28/12/2015.**

(46) Stephen C. Behrendt.,(2008)," Using Contextual Analysis to Evaluate Texts",**(Online),available at: <http://english.unl.edu/sbehrendt>**

/StudyQuestions/ContextualAnalysis.html, Date of Search:28/12/ 2015.

(47) Jim Macnamara,(2005),**Op.cit.**,p.5.

(48) Stephen C. Behrendt.,(2008),**Op.cit.**,

(49) خالد صلاح الدين حسن علي(2014)، أهداف الرصد الإعلامي وآلياته، مرجع سابق.

(50) Michael D. Plumb.,(2013),"Non-verbal Communication in Instant Messaging", **MA, Southern Utah University, (Online),available at:**

<https://www.suu.edu/hss/comm/masters/capstone/thesis/plumb-mi.pdf,pp.12-15>,
Date of Search: 28/12/2015.

(51) خالد صلاح الدين حسن علي، استخدامات تحليل المضمون في دراسات وبحوث الإعلام، محاضرات علمية غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2003م).

(52) خالد صلاح الدين حسن علي(2014)، أهداف الرصد الإعلامي وآلياته، مرجع سابق.

(53) خالد صلاح الدين حسن علي ، التغطية الإخبارية بقتاة الجزيرة للحرب الإسرائيلية على غزة: في إطار النظريات العلمية لبناء الواقع الإخباري، ورقة بحثية مقدمة لمركز الجزيرة للدراسات، (قطر: الدوحة، مارس2009م).

(54)Teun A. van Dijk,(1996), "Media, Racism and Monitoring", (Online), Available at: <http://www.discourses.org/OldArticles/Media,%20Racism%20and%20Monitoring.pdf,pp.309-310>, Date of Search: 20/12/2015.

(55) أنظر في هذا الصدد:

- خالد صلاح الدين حسن علي، دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2001م).

- عدلي رضا، وخالد صلاح الدين، وهبه شاهين، التحليل النقدي لبحوث الأطر الإعلامية خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين:دراسة تحليلية من المستوى الثاني، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي السابع عشر لكلية الإعلام، بعنوان: "بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ديسمبر 2011م).

(56) Jessica Hullman., and Nicholas Diakopoulos.,(2011), "Visualization Rhetoric: Framing Effects in Narrative Visualization", (Online), Available at: http://faculty.washington.edu/jhullman/vis_rhetoric.pdf,pp.2231-2240, Date of Search:20/12/2015.

(57) Miniwatts Marketing Group.,(2016), "Internet Users in The World by Regions: June 2016", (Online), available at: <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>.,Date of Search:1/7/2016.

(58) Ibid.,

(59) Miniwatts Marketing Group.,(2016), "Facebook Users in The World : Facebook Usage and Facebook Growth Statistics by World Geographic Regions", (Online), available at: <http://www.internetworldstats.com/facebook.htm>., Date of Search:1/7/2016.

(60)Statistic Brain,(2016), "Facebook Statistics", (Online),available at: <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics>, Date of Search: 1/7/ 2016.

(61) خالد صلاح الدين حسن علي(2014)، أهداف الرصد الإعلامي وآلياته، مرجع سابق.

(62) Jen Zingsheim.,(2011), Op.cit.,p.5.

(63) Ben

Cotton.,(2010), Op.cit.,p.2.

(64) Gary Alan Smith.,

and Others.,(2012), " Twitris+: Social Media Analytics Platform for Effective Coordination", (Online), available at:

<http://corescholar.libraries.wright.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1256&context=knoesis,pdf,pp.1-3>, Date of Search:20/12/2015.

(65)Pam Dyer.,(2013), "50 Top Tools for Social Media Monitoring, Analytics, and

Management", (Online),available at: <http://Pamorama.net/2013/05/12/50-top-tools-for-social-media-monitoring-social-media-analytics-social-media-management-2013/htm>, Date of Search: 23/12/2015.

(66) Alexander Semenov.,(2013)," Principles of Social Media Monitoring and Analysis Software", (Online),available at: <http://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/978-951-39-5225-9.pdf>,pp.28-29, Date of Search: 20/12/2015.

(67) *Ibid.*, pp.25-28.

(68) Boyang Zhang and Marita Vos.,(2014),"Social Media Monitoring: Aims, Methods, and Challenges for International Companies", (Online), Available at: <http://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/44532/zhangvos2014socialmediamonitringinternatcompanies.pdf>,sequence=1, p.376., Date of Search:20/12/2015.

(69) Aino Ruggiero and Marita Vos.,(2014)," Social Media Monitoring for Crisis Communication: Process, Methods, and Trends in The Scientific Literature", **Online Journal of Communication and Media Technologies**, vol.4,Issue.1,p.118.

(70) Visit This Link: <http://blog.dreamcss.com/tools/tattler-app-topic-monitoring-tool>.

(71) Jen Zingsheim.,(2011),**Op.cit.**,p.5.

(72) Philip A. Schrodt., Erin M. Simpson., and Deborah J. Gerner.,

(2001),"Monitoring Conflict Using Automated Coding of Newswire Reports: a Comparison of Five Geographical Regions", (Online), Available at: <http://eventdata.parusanalytics.com/papers.dir/KEDS.Uppsala.pdf>,p.9, Date of Search: 20/12/2015.

See Also:

- Stephen C. Behrendt.,(2008),**Op.cit.**,

- Aino

Ruggiero and Marita Vos.,(2014), **Op.cit.**,