

Funded by the European Union



Implemented by



# كيفية إجراء تقييمات الأثر: خطوات مهمة لتقييم تدخلات الاتصال



تم إنتاج هذه الدراسة لفائدة المركز الدولي لتطوير الهجرة (ICMPD) في إطار برنامج يورو ميد للهجرة الرابع من قبل مرصد المواقف العامة تجاه الهجرة - مركز سياسة الهجرة، معهد الجامعة الأوروبية، فلورنسا

الدكتور جيمس دينيسون



<http://migrationpolicycentre.eu/opam/about>  
<http://migrationpolicycentre.eu>

© الاتحاد الأوروبي ، 2020

إنّ المعلومات والآراء الواردة في هذه الدراسة خاصة بالمؤلف ولا تعكس بالضرورة الرأي الرسمي للاتحاد الأوروبي. من هذا المنطلق، لا يمكن تحميل مؤسسات وهيئات الاتحاد الأوروبي ولا لأي شخص يعمل باسمها مسؤولية أي وجه استعمال محتمل للمعلومات الواردة في هذا العمل

تتضمن الدراسة المقدمة روابط فعّالة لمصادر ومراجع يمكن الاطلاع عليها على الإنترنت.

يشجّع القراء بشدة على الرجوع إلى النسخة الإلكترونية من هذه الدراسة للوصول إلى جميع الروابط المناسبة.

التصميم: بيترو بروني - [www.toshi.ltd](http://www.toshi.ltd)



## ملخص تنفيذي z

- يتزايد الطلب على تقييم أثر حملات الاتصال في مختلف القطاعات، لا سيما في مجال الهجرة، ويرجع السبب في ذلك -إلى جانب أمور أخرى- إلى قدرة تلك الحملات على التأثير على حياة الملايين من البشر في دنيا الواقع.
- رغم الطلب المرتفع، ثمة قصور في الفهم بين ممارسي الاتصال حول كيفية إجراء تقييم الأثر في القطاعين الخاص والعام، وهذا القصور يرجع بصورة جزئية إلى الغياب التاريخي للإجماع بين الخبراء.
- أبلغ العاملون في مجال الهجرة عن وجود صعوبات مؤثرة في اضطلاعهم بتلك التقييمات -لاسيما بسبب المعايير المنهجية للمؤسسات الأكاديمية أو الدولية التي عادةً ما تكون غير واقعية- وأن محاولاتهم لإجراء تلك التقييمات قد لاقَت نقداً حاداً.
- يَجْمَع هذا التقرير المصطلحات والنتائج والتوصيات المتفاوتة من القطاعين العام والخاص ومن الوسط الأكاديمي لوضع مجموعة من خمس خطوات عامة يتبعها الممارسون عند إجراء تقييمات الأثر.
- يقارن تقييم الأثر متغير معين «بعد التدخل» (مثل حملة اتصال) بما كان سيبدو عليه هذا المتغير «لو لم يكن ذلك التدخل قد حدث».
- نرفق بكل خطوة من هذه الخطوات الخمسة أمثلة توضح كيف يستطيع المتواصلون بشأن الهجرة تقييم أثر الحملات بهدف أولاً تغيير الموقف، وثانياً تغيير السلوك.
- الخطوة الأولى: وضع أهداف للتدخل تحدد الأثر المطلوب، ويُشترط فيها أن: (1) تتفق مع معايير SMART، بمعنى أن تكون محددة وقابلة للقياس وقابلة للتحقق وملائمة ومحددة الوقت، (2) تركز على النتائج النهائية، بدلاً من التركيز فقط على المخرجات، (3) تتجنب عدداً من الأخطاء الشائعة في تحديد الأهداف، (4) تراعي بعناية -بقدر الإمكان- ماهية الجمهور المستهدف.
- الخطوة الثانية: تحديد مقياس لأثر (آثار) التدخل كهدف، ويُشترط في المقياس أن: (1) يكون محدداً بوضوح وغير ملتبس، (2) يتمتع بالصلاحية الخارجية (يمكن الاعتماد عليه إذا استُخدمَ في تدخلات أخرى)، (3) يتمتع بالصلاحية الداخلية (يقيس فعلاً ما يُدعى أنه يقيسه). توجد بالفعل قائمة طويلة بالمقاييس (تُعرف أيضاً بالمؤشرات) التي يمكن الاختيار منها.
- الخطوة الثالثة: تقدير ما كان سيحدث لو لم يكن هناك تدخلاً، فيما يُعرف بـ«الواقع المخالف»، ويُفصّل -لكن لا يُشترط- لهذا القيام بالقياس قبل التدخل، الذي يُعرف بـ«التقييم الأساسي»، مع أنّ القيام به ربما لا يكون ممكناً في كل الأحوال، لكن لا ينبغي له أن يثبط الممارسين، بل ينبغي -بدلاً من ذلك- أن توضع افتراضات لأي تقييم أثر بأسلوب واضح على النحو المذكور أدناه. توجد قائمة طويلة مقدمة بوسائل القياس، تشمل اعتبارات اختيار العينات.
- الخطوة الرابعة: إجراء التدخل. ربما يشمل ذلك فصل عينة عشوائية إلى مجموعة (مجموعات) العلاج -التي تتلقى التدخل (التدخلات)- ومجموعة مرجعية -التي لا تتلقى التدخل. إن لم يكن ذلك مجدياً، فثمة أشكال أخرى ممكنة من الواقع المخالف، تقوم بـ«إنشاء» مجموعة مرجعية. يشتمل هذا القسم أيضاً على نظرة عامة على: (1) أنواع حملات الاتصال، (2) قائمة MINDSPACE المرجعية للتأثيرات السلوكية للتدخلات، (3) أهم التوصيات بشأن التدخلات المُقْبَعَة من سابقة أعمال المركز الدولي لتطوير سياسات الهجرة (4)، (ICMPD) توصيات بشأن حملات منفرة في الهجرة غير النظامية.

• الخطوة الخامسة: القياس والتحليل اللاحقان للتدخل: (1) يتم قياس أولئك الذين تلقوا التدخل بعد تلقيهم للتدخل (والأفضل أن يتم أيضاً قياس مجموعة مرجعية أصلية أو مُنشأة)، (2) يتم حساب الأثر، وهو عادةً ما يساوي الفارق في قيمة المتغير قبل التدخل وبعده، و/أو الفارق بين مجموعة العلاج والمجموعة المرجعية، (3) الدراسة النظرية "للأسباب (لماذا)" التي جعلت الحملة تسبب الأثر و "أي من جوانب الحملة" الذي تسبب في الأثر هي النتائج المرجح أن تكون قابلة للتعميم، (4) وضع (وفي بعض الحالات، دمج) التوصيات بناءً على مزيج من الأثر والدراسة النظرية.

## نقاط مفاهيمية ونظرية أولية

- يُعنى تقييم الأثر بالتساؤل: كيف كانت الأمور ستبدو مختلفة لو لم يحدث أي تدخل؟
  - \* ما «الأمور» التي ينبغي لنا مراعاتها؟
    - ما هدف تقييم الأثر؟ (الخطوة الأولى).
    - كيف يمكننا قياس هذه «الأمور»؟ (الخطوة الثانية)
- كيف يمكننا أن نعرف «ما كانت ستبدو عليه الأمور لو لم يحدث أي تدخل»؟ (الخطوة الثالثة والرابعة)
  - \* أولاً، كيف كانت الأمور قبل التدخل؟
  - \* لكن (!) ربما يكون قد حدث أمر آخر بجانب التدخل في الوقت الراهن.
    - ثانيًا، كيف تختلف الأمور في مجموعة (مرجعية) مطابقة لم تتلق تدخلًا؟
    - لكن (!) البشر (وتجاربيهم) كلهم مختلفون؛ لذلك لا يمكن أن توجد مجموعة متطابقة (فعالاً).
  - \* الأفضل أن تفعل الاثنين معًا: القياس السابق واللاحق «لكلا» المجموعتين «المرجعية» و«العلاج»!
    - لكن (!) هذا مكلف، وغير ممكن في جميع الأحوال. إذا نعدز القياس قبل التدخل أو قياس مجموعة مرجعية، يمكن تشكيل «مجموعة مرجعية» تكون أقرب ما يمكن من الأوجه المهمة نظريًا إلى مجموعة العلاج؛ بعد ذلك، يمكن قياس تلك المجموعة.
- كيف هي الأمور بعد التدخل؟ (الخطوة الخامسة)
  - \* هذه الخطوة سهلة نسبيًا، فما عليك سوى قياس «الأمور» المهمة في أولئك الذين تلقوا العلاج (أو في عينة نموذجية منهم)، ثم دراسة أوجه الاختلاف بين القياسات السابقة للتدخل واللاحقة له في كلتا المجموعتين المرجعية والعلاج. وهذا «الاختلاف» هو الأثر!
- في واقع الأمر، لا يمكننا أن نعرف يقينًا «ما كانت ستبدو عليه الأمور لو لم يحدث أي تدخل»! ومن ثم، فإننا لا نبحث عن حقائق مطلقة، بل التقديرات المحتملة الأقل سوءًا. لا يوجد سبيل واحد إلى ذلك، بل ينبغي -على الأقل- أن تكون معتمدة على وسيلة منهجية بعض الشيء يمكن من خلالها استنتاج عدم حدوث أي أثر. كذلك يجب ألا نخجل من الصراحة بشأن افتراضاتنا، وجوانب القصور المحتملة في تقييم الأثر. بل إننا في واقع الأمر ينبغي أن نكون أكثر ارتياحًا في تقييمات الأثر التي لا يُذكر فيها أي من ذلك صراحة؛ إذ إن هذا، وليست «الحقائق المطلقة»، هو الممارسة الجيدة والعلم الأصلي.
- لماذا كان للتدخل هذا الأثر؟ الإجابة على هذا السؤال مهمة كي نفهم في أي الظروف الأخرى من المرجح أن يكون للتدخل نفس الأثر؛ ومن ثم، التوصية بمزيد من التدخلات! تتطلب هذه الدراسة وجود نظرية، ولحسن الحظ، فهذه النظرية في الأساس هي الجس السليم، لكن الأهم حتى أكثر من «كيف» كانت الأمور ستبدو مختلفة بخلاف ذلك، تكون أقل تأكيدًا بشأن «لماذا» كانت الأمور ستبدو مختلفة بخلاف ذلك؛ ومن ثم، ينبغي لنا أن نتوخى الصراحة بشأن الافتراضات والمحاذير وأوجه القصور النظرية والمنهجية.

## جدول المحتويات

4	مقدمة والدراسات النظرية
7	1. تحديد الأهداف
9	2. تحديد مقياس للأثر
13	3. القياس الواقع المخالف
15	4. إجراء التدخل
18	5. القياس والتحليل اللاحق للتدخل
20	الخاتمة
21	المراجع

## مقدمة والدراسات النظرية

يتناول هذا التقرير كيفية إجراء تقييمات الأثر، مع تركيز خاص على حملات وبرامج وأنشطة الاتصال (يُشار إليهم مجتمعين بـ«التدخلات») في مجال السياسة العامة للهجرة الدولية. إن تقييمات الأثر -وهي عبارة عن تقدير رسمي لتدخل في السياسة- لحملات الاتصال تتسم بالأهمية القصوى من الناحية العملية، والأهمية العلمية الشديدة؛ إذ تكون لحملات الاتصال في دنيا الواقع تبعات على الملايين من البشر. إن نطاق الهجرة وأهميتها الاقتصادية في القرن الواحد والعشرين تجعل للقرارات الاستراتيجية التي يواجهها القائمون بالاتصال في هذا الموضوع أثر مالي مهم. الأهم من ذلك، أن الضرورات ذات الأساس القانوني والحقوق عند إدارة الهجرة تبرز الأهمية الإنسانية والسياسية لاستخدام أكثر الطرق فاعلية في الاتصال بشأن هذا الموضوع. بل إن نفس هذه الأهمية السياسية للاتصال الجيد تزداد خطورة وتعقيدًا بسبب المسائل السياسية الملتهبة في المعتاد بشأن الهوية الجماعية والقيم والمجتمع التي تنطوي عليها مناقشة موضوع الهجرة.

في ضوء الارتباط الذي يوجد عادةً بين أهداف الاتصال بشأن قضايا الهجرة والتأثير على المواقف العامة مثل تصحيح المدارك أو التأثير على تقبل المهاجرين، أو التأثير على سلوكيات مثل النزوح إلى الهجرة، تستطيع تقييمات الأثر أيضًا أن توفر رؤى أعمق حول أسئلة اجتماعية علمية مهمة، وأن تساعد في تفسير السبب الذي يجعل الناس يتصرفون كيفما يتصرفون، ويفكرون كيفما يفكرون. تستطيع هذه التقييمات أن توفر الأدلة على العوامل المحفزة للناس، مثل الثقة أو الرغبة في المخاطرة، وعلى كيفية تكوّن هذه العوامل المحفزة. كما توفر نتائج هذه التقييمات أدلة داعمة أحيانًا للنظريات العلمية المتنافسة التي تنظر إلى الرأي العام على أنه -من جانب- متقلب وغير رشيد وعرضة للتلاعب، أو -على الجانب الآخر- نتاج استعداد نفسي متجدد وعنيد أو تجارب في المراحل المبكرة من الحياة. كذلك يمكن فحص النظريات المعاصرة الأكثر تعقيدًا التي تتناول التفاعل بين هذه القوى من خلال التقييم المناسب للأثر (وهو عادةً ما يكون محصلة عمل في دنيا الواقع) الذي عادة ما يثير إجراؤه مسائل منهجية ذات عمق نظري تتعلق بتحديد السببية.

من غير المدهش إحدًا أنه في الوقت الذي قامت فيه الحكومات ومنظمات الدعوة في العقود الأخيرة بضخ المزيد من الموارد في حملات الاتصال، تطالب الآن بأن تبدو الحملات التي تقوم بها للقطاع العام «ضرورية واقتصادية وفعالة» (ماكانامارا، 2020: 361). لكن يظل هناك «جمود» في فهم كيفية قياس وتقييم تلك الحملات (غريغوري وواطسون، 2008)، وهذا الغياب في الفهم لا يقتصر فقط على الاتصال المتعلق بالهجرة ولا حتى بالقطاع العام، بل قد عانى الدارسون من غياب التقييم السليم للأثر في مجالات مثل الاتصال المتعلق بالصحة وتعزيز الصحة (نوبليت ولامونتاغن، 2009). في مجال العلاقات العامة، يظل هناك عدم إجماع حول «ماهية التدابير التقييمية الأساسية أو كيفية إجراء البحث الأساسي لتقييم أداء العلاقات العامة وقياسه» (مايكلسون وستاكس، 2011: 1). لكنّ المدهش أنه على الرغم من الإنفاق الذي يبلغ 500 مليار دولار سنويًا، فإن «قطاع الإعلان ككل لديه أسوأ النظر لضمان الجودة، وينتج أكثر منتج غير متسق... في أي صناعة في العالم» (توماس، 2008: 1؛ مُقتبس في ماكانامارا، 2020أ). ومن ثم، يظل التقييم الفعال للأثر، وهو أحد مكونات التقييم (الفعلي) إلى جانب العوامل المشابهة من وجود تحليل مفهوم بصورة أفضل للتكلفة والمنفعة، هو «الأمر المنشود» في العلاقات العامة (غريغوري، 2020).

تتضح ندرة وجود تقييم فعال لحملات الاتصالات بصفة خاصة في حملات الهجرة. ولأغراض هذا التقرير، نعتبر تلك الحملات مقسمة بالتقريب إلى فئتين أساسيتين، وهما: حملات توعية المهاجرين غير النظاميين المرتقبن بمخاطر تلك الرحلة (غالبًا بهدف تقليل الهجرة غير النظامية)، وحملات تحاول توعية الشعوب المستضيفة أو تغيير مواقفها من الهجرة النظامية والمهاجرين النظاميين (عادة بهدف التقليل -بطريقة ضمنية أو صريحة- من السلبية أو «الاستقطاب»). لقد تلقت تلك الحملات تمويلات كبيرة في السنوات الأخيرة، سواء بسبب «افتراض أن غياب معلومات دقيقة يولد سلوكيات هجرة غير نظامية تتسم بعدم الرشد والمجازفة» (براون، 2015: 1)، أو الأهمية العامة الكبيرة للهجرة كمسألة سياسية في الديمقراطيات الغربية (انظر دينيسون وجيدس، 2019؛ دينيسون، 2019)، بالترتيب. إلا أنه «ثمة أدلة ضئيلة للغاية على تأثير هذه الحملات وفعاليتها» في ظل القلة الشديدة للتقييمات المتاحة بصورة عامة، وتلك التي تتسم عادةً بانخفاض المصداقية (براون، 2015: 2). علاوة على ذلك، فإن اكتشاف أثر سي لحملة بعينها على تلك الموضوعات قد وُصِف بأنه «صعب» أو «مستحيل تقريبًا» من جانب شبكة الهجرة الأوروبية (2012). وفي نفس الوقت، عادة ما تقلل التوصيات الأكاديمية والعلمية بشأن تقييمات الأثر تلك بشدة من الصعوبات المالية واللوجستية التي تصاحب القيام بعمليات تقييم الأثر.

في واقع الأمر، ظل يُطرح عددٌ من الأسباب وراء غياب تقييم الأثر (أو افتقاره إلى الجودة) في حملات الاتصال، وهذه الأسباب تشمل (1) نقص الميزانية، (2) نقص الطلب، (3) الافتقار إلى المعايير، و(4) غياب المعرفة (انظر ماكنامارا، 2020: 362، للاطلاع على قائمة بالمصادر). إلا أنه في ظل اتجاه متزايد من جانب جهات الإنفاق والمُنح الحكومية المتعلقة بالاتصالات للمطالبة بتقييمات أثر (مثال، منذ عام 2014، كل الأعمال التي قامت بها خدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة)، مع بدء وصول السجال الأكاديمي «المحتمد» بالفعل حول كيفية قياس تلك الحملات وتقييمها إلى مستوى معين من الإجماع (غريغوري، 2020: 367)، فإن التفسير الوحيد الذي لا يزال معقولاً هو غياب المعرفة؛ ومن ثم، تصبح زيادة هذه المعرفة هدفاً لهذا التقرير.

لبلوغ هذه الغاية، يعتمد هذا التقرير على النتائج المستمدة من كتابات أكاديمية وكتابات تتعلق بالسياسة العامة، وكتاهما في مجال الهجرة (مثال تجادين وآخرين، 2018)، وعلى مصادر أخرى (مثال منظمة الصحة العالمية، 2017؛ المفوضية الأوروبية، 2017؛ خدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة، 2018)، فضلاً عن نتائج مستمدة من القطاع الخاص (مثال الرابطة الدولية لقياس وتقييم الاتصالات، 2020)، وذلك للخروج بدليل استرشادي للممارسات والاعتبارات المطلوبة لإنتاج تقييمات يُعتمد عليها لأثر حملات الاتصال. المحصلة عبارة عن خطة من خمس خطوات.

ربما يلاحظ القراء أنه مع أن تقييمات الأثر تتم «بعد» التدخل أو النشاط، إلا أن أهم الخطوات ينبغي أن تُتخذ قبل التدخل كي تنجح هذه التقييمات. رغم أن هذه الخطة ليست شاملة، فإنها تجمع كل النتائج المهمة من المصادر المذكورة آنفاً، فضلاً عن اعتبارات اجتماعية علمية أعم وأشمل؛ لذلك لا بد وأن تقييم الأثر سوف يسفر عن أدلة ويخلص إلى استنتاجات موثوق فيها بشأن تأثير تدخل معين. لكن المتخصصين في السياسة العامة -وكما ذكرنا آنفاً- لا يتمكنون دائماً من الوفاء بأعلى معايير القوة كما يحددها البحث الأكاديمي والمبادئ التوجيهية الصادرة عن المؤسسات الدولية، مثل البنك الدولي، لأسباب مالية أو الواقع اللوجستي لإجراءات دنيا الواقع المعقدة. لذلك، يوضح هذا التقرير أيضاً تبعات عدم التمسك بالضرورة الضروي أحياناً بما يُسمى بـ«قاعدة الذهب» لقياس تلك التغييرات. التقرير -بوجه عام- يشتمل على خمس أقسام يوضح كل منها خطوة من الخطوات الخمسة المذكورة أعلاه.

لكن قبل هذا، يجب أن نلقي نظرة موجزة على الاعتبارات المفاهيمية والنظرية لإجراء تقييمات الأثر. بإيجاز، يؤكد هذا التقرير على أن تقييم الأثر معني في الأساس بطرح سؤال مفاده «كيف تختلف الأمور بعد التدخل مقارنة بما كانت ستكون عليه دون تدخل؟». إن الطبيعة الافتراضية لهذا السؤال تُلمح بالفعل إلى الطبيعة الناقصة بالضرورة لأي تقييم أثر، مهما بدت درجة تعقيد قوته. كذلك نستطيع من هذا السؤال أن نشق الخطوات الرئيسية للقيام بتقييمات الأثر والتحديات التي تعترضها كما يُعبّر عنه من خلال عدد من الأسئلة الفرعية. أولاً، ما «الأمور» التي نعيها؟ يذكر القسم الأول أن اختيار هذه الأمور لا تحدده إلا أهداف تقييم الأثر وحدها، في حين يتناول القسم الثاني كيفية قياس تلك الأمور بعد ذلك. ثانياً، كيف لنا أن نعرف «ما كانت ستبدو عليه الأمور لو لم يحدث أي تدخل»؟ حيث توجد طريقتان أساسيتان لذلك؛ الطريقة الأولى هي دراسة ما كانت عليه الأمور قبل التدخل، لكن هذه الطريقة قد تعكس تأثير أمر آخر حدث أثناء التدخل، وأدى إلى نتيجة زائفة. أما الطريقة الثانية فهي دراسة كيف تبدو الأمور في «مجموعة مرجعية» مطابقة لم تعرض للتدخل. لكن لا يوجد بين البشر مجموعة مرجعية «مطابقة» يمكن إنشاؤها؛ ومن ثم، فإن الحل الأمثل، أو «قاعدة الذهب»، هو اتباع الطريقتين معاً، بمعنى قياس «كلنا» المجموعتين «مجموعة العلاج» و«المجموعة المرجعية» قبل التدخل وبعده لكن هذه الطريقة مُكلفة، وغير ممكن تطبيقها دائماً. إذا تعذر إجراء «أي من» قياس سابق للتدخل «أو» قياس لمجموعة مرجعية، يمكن إنشاء مجموعة مرجعية أقرب ما تكون إلى مجموعة العلاج في الأوجه المهمة نظرياً، حينئذٍ يمكن قياس تلك المجموعة. يغطي القسمان الثالث والرابع هذه المسائل. السؤال الفرعي الثالث هو دراسة ما تبدو عليه الأمور بعد التدخل، وهو سؤال أبسط نسبياً، ويجري تناوله في القسم الخامس.

توجد نقطتان نظريتان مهمتان ينبغي طرحهما في هذه المرحلة بشأن كل من التوصيف («كيف تبدو الأمور مختلفة؟») والأهم من ذلك، بشأن الدروس المستفادة من أجل تدخلات أخرى مستقبلية («لماذا اختلفت الأمور؟»). أولاً، وكما ذكرنا، لا يمكننا أن نعرف يقيناً ما كانت ستبدو عليه الأمور لو لم يحدث أي تدخل؛ ومن ثم، فإننا لا نبحث عن حقائق مطلقة، بل التقديرات المحتملة الأقل سوءاً. لا يوجد سبيل واحد إلى ذلك، بل ينبغي -على الأقل- أن تكون معتمدة على وسيلة منهجية بعض الشيء يمكن من خلالها استنتاج عدم حدوث أي أثر (يُعرف هذا في علم الاجتماع بالافتراض القابل للدحض). كذلك يجب ألا نخجل من الصراحة بشأن افتراضاتنا، وجوانب القصور المحتملة في تقييم الأثر. بل إننا في واقع الأمر ينبغي أن نكون أكثر ارتياباً في تقييمات الأثر التي لا يُذكر فيها أي من ذلك صراحة؛ إذ إن هذا، وليست «الحقائق المطلقة»، هو الممارسة الجيدة والعلم الأصلي. ثانياً، محاولة الإجابة على السؤال حول السبب الذي يجعل للتدخل هذا الأثر المرصود مهمة كي نفهم في أي الظروف الأخرى من المرجح أن يكون للتدخل نفس الأثر؛ ومن ثم، التوصية بمزيد من التدخلات. تتطلب هذه الدراسة وجود نظرية، ولحسن الحظ، فهذه النظرية عادةً ما تكون هي الجس السليم إلى حد ما، لكن الأهم حتى أكثر من «كيف» كانت الأمور ستبدو مختلفة بخلاف ذلك، أننا نكون أقل تأكيداً بشأن «لماذا» كانت الأمور ستبدو مختلفة بخلاف ذلك؛ ومن ثم، ينبغي لنا أن نتوخى الصراحة بشأن الافتراضات والمحاذير وأوجه القصور النظرية والمنهجية.

## 1. فادهأل دي دحت

يُجمع الأكاديميون والممارسون بصفة أساسية على ضرورة وضع أهداف واضحة لأي حملة اتصال قبل أن يمكن إجراء أي تقييم للأثر، أو أي تقييم بوجه عام. يوضح غريغوري (2020: 369) الخطوات الخمسة لـ "دورة تخطيط الاتصال" التي يمكن تطبيقها على تخطيط النشاط بوجهٍ أشمل بدايةً من حتمية "تعريف المقاصد والأهداف". وبالمثل، يبدأ نموذج التخطيط الاستراتيجية لخدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة، والمعروف اختصارًا بـ OASIS، بوضع «الأهداف». وفقًا لـ غريغوري (2020)، فإن تحديد الأهداف بجانب تحديد مؤشر مرجعي (انظر الخطوتين الثانية والثالثة من هذا الدليل) يمثل جزءًا من الثلث السابق للتدخل في أي تقييم (الذي يمثل تقييم الأثر نوعًا منه)، والمعروف باسم المرحلة «التكوينية». الرابطة الدولية لقياس وتقييم الاتصالات (AMEC، 2020) (AMEC) وضعت أيضًا «مبادئ برشلونة» السبعة الخاصة بها لتقييم الأثر بالاعتماد أساسًا على القطاع الخاص، وهذه المبادئ ينبغي مراعاتها طوال عملية التقييم بدلاً من النظر إليها باعتبارها دليلًا متدرجًا، ويرتبط عدد من هذه المبادئ بوضع الأهداف، والأهم من ذلك: "فإن وضع أهداف قابلة للقياس يُعد شرطًا مسبقًا أساسيًا لتخطيط الاتصال وقياسه وتقييمه"، لكن السبب في هذه الأهمية المطلقة لتحديد الأهداف بسيط للغاية، وهو أن كل أشكال القياس والتحليل إنما تُستمد من معرفة نوع الأثر الذي نهتم بتقييمه. يجب أن يكون هذا النوع من الأثر متفقًا مع الأهداف النهائية للتدخل.

عادةً ما تختلف طبيعة عملية وضع الأهداف ما بين الأهداف التنظيمية - وهي أهداف أوسع نطاقًا وأبعد أجلًا - وأنشطة الاتصال المنفرد - وهي محل اهتمامنا الأساسي بشأن تقييمات الأثر (المفوضية الأوروبية، 2017). فيما يتعلق بعملية وضع أهداف «أنشطة الاتصال المنفردة»، يزعم كلٌّ من غريغوري (2020) والمفوضية الأوروبية (2017: 32) وخدمة الاتصال الحكومي (2018) والرابطة الدولية لقياس وتقييم الاتصالات (AMEC) (2020) أنه لا بد لها من أن تلي ما بات الآن معروفًا بمعايير SMART: محددة وقابلة للقياس وقابلة للتحقق وملئمة ومحددة الوقت. ويصفها هنتغسون وآخرون (2014: 1) في كتاباته عن المفوضية الأوروبية بقوله إنها "خط الأساس لأفضل ممارسة لقياس الاتصال وتقييمه". أما خدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة فتضيف حرف «C» إلى معايير SMART، وهو اختصارًا لـ «مثير للتحدي» (challenging).

تمامًا مع هذا المنطق، تشجع منظمة الصحة العالمية (2017: 42) المتواصلين على "بدء التقييم بأهداف واقعية"، مع ملاحظة أنه من المستبعد حدوث تغييرات سلوكية فورية، لكن "بوسع المتواصلين أن يظهروا تحسينات تراكمية ... [تتعلق بـ] ... زيادة الوعي أو تحسين فهم المخاطر الصحية أو مهارات التربية". تزعم المفوضية الأوروبية (2017: 29) التي تتبع أيضًا معايير SMART أنه ينبغي على المتواصلين أن يكونوا «محددين بقدر استطاعتهم في تحديد الجمهور المستهدف، والتغيير السلوكي المرغوب فيه ومواقفهم الحالية (تجاه سياستك) ومَنْ يكون المؤثرون». كذلك أشارت المفوضية (2017: 86) إلى عدد من الأسئلة المهمة التي ينبغي طرحها عند وضع أنشطة اتصال منفرد:

- ما الذي تسعى المفوضية الأوروبية [أو المؤسسة المعنية] إلى تحقيقه (المقصود «الصورة الكبيرة»)?
- "ما الذي تريد أن تحققه من هذا التصرف، تحديدًا؟" "ما الغرض القابل للقياس من هذا التصرف؟ إن لم يكن ثمة غرض حقيقي أو محدد، فهناك فرصة كبيرة أن يكون هذا التصرف: (أ) من دون منفعة حقيقية للمواطنين الأوروبيين، (ب) ربما يكون مضيعة لأموال دافعي الضرائب."
- "مَنْ ذا الذي تحاول الوصول إليه؟" "عموم الناس" ليس هدفًا مقبولًا، لكن "الأفراد من سن 16-18 سنة الذين قد يصبحوا مشاركين في برنامج للتبادل الأكاديمي" هدف مقبول.

تقدم منظمة الصحة العالمية (2017: 45) والمفوضية الأوروبية (2017: 28-29) عددًا من الأمثلة على أهداف تغييرات الاتصال، وهي بالترتيب "رفع الوعي وزيادة المعرفة والتأثير على المواقف وبناء الثقة في التغييرات التي توصي بها منظمة الصحة العالمية"، ومساعدة السياسية عن طريق الإقناع والتثقيف والتطبيع والإلهام والمشاركة.

بيد أن المفوضية الأوروبية تحذر من اتخاذ «رفع الوعي»، الذي يكون عادةً ضمن أهداف اتصالات الهجرة، هدفًا نظرًا لما يكتنفه من غموض كبير. بالمثل، رغم أن هذا الهدف قد أصبح الآن حكرًا صريحًا على اتصالات الهجرة، فإن تراجدين (2018: 7) يذكر "من المشاكل الشائعة الافتقار إلى هدف و/أو مجموعة مستهدفة محددة بوضوح للحملة، وهذا من شأنه عرقلة أي تقييم دقيق لآثار البرنامج. كلما وُجِدَ هدفٌ محدد، غالبًا ما يكون موجّهًا نحو «رفع الوعي: و«التثقيف»، لكن أياً منهما لا يُعرّف بعد ذلك على نحو سليم». يُعد رفع الوعي على وجه الخصوص هدفًا معضلاً؛ ذلك لأنه، أولاً نادراً ما يُربط بأهداف المؤسسة الأشمل، التي عادةً ما تكون في حالة الهجرة مرتبطة بتغيير المواقف والسلوك، وثانياً لأنه حينئذٍ يصبح بالإمكان تقييم الحملة أكثر من جهة المخرجات (مثل قدر من الإعلانات أو الدعايا) بدلاً من النتائج.

فيما يتعلق تحديداً بالرابط بين أنشطة الاتصال المنفرد والأهداف المؤسسية العامة، يعبر زيرفاس وفولك (2020) عن أسفهما لعدم وجود أي منظومة أو معايير نظامية يمكن من خلالها الحكم على الرابط بين نشاط اتصال منفرد والأهداف العامة.

أخيراً، فيما يتعلق بأهم التحولات المعاصرة في الممارسات الجيدة، يسرد ماكنامارا (2020ب) عشر مشكلات مستديمة في تقييم أثر حملات الاتصال، وهذه المشكلات ترتبط بمرحلة تحديد الهدف أكثر من ارتباطها بأي جانب آخر من جوانب تقييم الأثر، وهذه المشكلات هي:

- التركيز على المخرجات (ما الذي أُنجِز؟) بدلاً من النتائج (كيف تغيرت الأمور؟)، أو يظل الأفضل، الأثر (كيف) ساهمت حملة الاتصال في التغيير؟).
- في شأن متصل، الافتراضات بشأن الآثار. وهو ما يعني -اختصاراً- افتراض أن النتائج والأثر نفس الشيء، بمعنى أن أي تغييرات مرغوب فيها تتحقق في دنيا الواقع كانت نتيجة الحملة (انظر أيضاً، تحيز التأكيدي)؛ ولهذا السبب يمثل قياس مجموعة مرجعية جزءاً من أفضل الممارسات.
- في شأن متصل أيضاً، التركيز على القياس بدلاً من التقييم؛ فالأول هو في الأساس مجرد جمع بيانات، بينما يتطلب الحكم على «الأثر»، وما إذا كانت الأهداف قد تحققت إصدار أحكام واعتبارات نظرية (انظر الخطوة الخامسة).
- النظر إلى التقييم بوصفه أمر يتم صرفاً «بعد» الحملة، وهو ما يؤدي -إلى جانب أمور أخرى- إلى تحديد الأهداف والتبريرات بأثر رجعي، والافتقار إلى قياسات مناسبة قبل التدخل.
- وسائل غير صالحة وزائفة.
- التمحور حول وسائل الإعلام. يعني ميل أولئك العاملين في الاتصالات إلى التركيز على ما يعرفونه عند وضع الأهداف، أي عالم وسائل الإعلام؛ وهو ما ينتج عنه مخرجات تركز على مشاركة وسائط الإعلام تركيزاً غير متناسب، سواء أكانت هذه الوسائط وسائل الاعلام التقليدية أو وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الإشارات والمشاركات والمشاهدين وغير ذلك، بدلاً من التركيز على الأثر الفعلي المحكوم عليه في ضوء الأهداف التي تساهم في الأهداف التنظيمية.
- الانعزالية حسب المبحث العلمي أو القطاع أو الصناعة، وهي الميل إلى الاقتصار في تقييم الاتصال على اتباع توجيهات من أولئك الذين يمارسون نفس العمل، مثل اقتصار القيام بذلك على أخصائي الهجرة.
- الافتقار إلى المعرفة والمهارات. حقيقة أن غالبية الأفراد العاملين في الاتصال يعرفوا كيف يتواصلون، لكنهم لا يعرفون كيف يربطون ذلك بالأهداف الاستراتيجية الأشمل، وهو ما يقلل من الدافع إلى التقييم.
- التحيز الكمي. زيادة التركيز على البيانات الرقمية التي يسهل الوصول إليها، بدلاً من التركيز على البيانات والأدلة النوعية الدقيقة.

## تحديد مقياس للأثر

الخطوة الثانية من خطوات تقييم أثر الاتصالات هي تحديد مقياس مناسب للأثر في ضوء ما يُستدَل عليه من أهداف الحملة. كذلك، بعض تقييمات الأثر تتطلب من الاتصالات أن تحدد ما سوف يبدو عليه النجاح من جهة مقياس الأثر المحدد (على سبيل المثال، زيادة بواقع 1% في نسبة الأفراد الذين يجيبون بصورة صحيحة على استبيان بشأن أرقام الهجرة). تُعرّف «مجموعة أدوات تقييم أنشطة الاتصال» الصادرة عن المفوضية الأوروبية (2017: 18) تلك المقاييس أو المؤشرات على أنها «عامل أو متغير كمي أو نوعي يوفر قياسًا موثوقًا فيه يعكس التغير الذي أحدثه التدخل، وهي عبارة عن خصائص قابلة للرصد والقياس. يتعلق المؤشر بـ «المقدار» أو «العدد» أو «المدى» أو «الحجم»». ينص «مبدأ بشلوتة» الثاني الصادر عن الرابطة الدولية لقياس وتقييم الاتصالات (AMEC) (2020) على أنه «ينبغي للقياس والتقييم أن يحدد المخرجات والنتائج والأثر المحتمل». بعد ذلك يُقسّم القياس إلى تخطيط وتنفيذ. فيما يتعلق بمرحلة التخطيط للقياس، تتمثل أهم توصيات الرابطة في الآتي: (1) «تحديد مصادر محددة (للبينات) مُفضّلة لتتماشى مع كل هدف من الأهداف»، (2) قبل أي تدخل، ينبغي تحديد كل «أدوات ووسائل التتبع ومؤشرات الأداء الرئيسية والمؤشرات المرجعية» للقياس، (3) تحديد «كل من» المخرجات («أسس القياس/المنتجات التي تنتج عن الاتصال») والنتائج («التغيرات في المعتقدات والمواقف والسلوكيات»). أما فيما يتعلق بتنفيذ القياس، فتوصي الرابطة بـ «السعي نحو قياس النتائج، بيد أنّ المخرجات تضطلع بدور مهم في المساعدة على فهم الصورة الكلية»، في الوقت الذي توصي فيه الرابطة بربط التخطيط والتنفيذ كليهما بالسياق الأشمل، والاستمرار في التقييم والقياس.

أما من جهة اختيار المؤشرات، فإن الخطوات السبعة الآتية تتماشى مع توصيات المفوضية الأوروبية (2017)، وتوصيات مؤسسات أخرى، لكنها تتسم في الوقت ذاته بالجدوى الفائقة، حتى للمؤسسات الصغيرة نسبيًا، حتى لو كان تركيزها ينصب بصورة أكبر على التقييم الأشمل المتعدد الأنشطة، أكثر من تقييم أثر النشاط المفرد الذي نحن بصدد هنا:

2. اختر المؤشرات قبل أي نشاط.
  3. حدد مؤشرات ملائمة لكل مستوى من مستويات النشاط الخمسة، المُعرّفة (مثيرة للالتباس إلى حدّ ما) على النحو الآتي:
    - a. النتيجة: هل حققت أهدافك بوجه عام
    - b. النتيجة الوسيطة: ماذا فعل الجمهور المستهدف نتيجة للنشاط
    - c. المحصلات: الأثر المباشر على الجمهور (التعلم، التوعية، غير ذلك)
    - d. المخرجات: الأفراد الذين تتوقع الوصول إليهم مباشرة بنشاطك
    - e. المدخلات: الأنشطة المُنفّذة
  4. ينبغي أن يكون لكل أداة اتصال مؤشرها الخاص.
  5. ينبغي أن يعكس المؤشر الجمهور المستهدف مباشرة.
  6. ينبغي أن يضمن المؤشر إمكانية المقارنة بمرور الوقت (لاسيما قبل التدخل وبعده)، وكذلك المقارنة بنتائج أخرى ذات صلة في أي مكان آخر إذا أمكن.
  7. خصص الموارد الكافية للقياس.
  8. امنح الأولوية للمؤشرات الأقرب إلى الأهداف.
- غير أن تقييم الأثر لن يكون دائمًا على نفس المستوى الذي تتطلبه المفوضية الأوروبية، كما أنه ليس بالاستطاعة إعداد مجموعة كبيرة من

المؤشرات، وتبرز -بدلاً من ذلك- حتمية التركيز على مقياس مهم واحد. أما منظمة الصحة العالمية (2017) فتحدد الخصائص المطلوب توافرها في المؤشرات على النحو الآتي:

- مُعرَّفة بوضوح وترقى فوق مستوى التأويل.
- يُعتمد عليها (أي أنها تعطي نفس النتائج لو استُخدمت مرة أخرى تحت ظروف مماثلة لكن منفصلة، وهو ما يُعرّف في علم الاجتماع بالصلاحية الخارجية).
- صالحة (داخلياً، أي أنها تقيس ما تدعي قياسه)، وقابلة للقياس الكمي، ومجدية مالياً وعملياً.

يورد غريغوري (2020: 374) عدداً من الأمثلة مع منهجيات القياس لكل من المدخلات والمخرجات والنتائج. بينما تتعلق المدخلات ببحوث التدخل وطبيعة التدخل ذاته، فإن المخرجات تتعلق بقياسات مَنْ الذي تلقى التدخل (أو فهمه أو احتفظ به أو راعاه أو يتلقاه أو غير ذلك)، أما النتائج، فتتعلق في كل الأحيان تقريباً بالعدد أو النسبة التي غيرت من مواقفها أو سلوكها. بينما يمثل كل ذلك جزءاً من عملية التقييم، فإن تقييم الأثر يُعنى بصفة أساسية ببعض أشكال النتائج. عادةً ما تأخذ المنهجيات المتبعة مع تلك العناصر أحد الأشكال الآتية: استبيان بيانات، أو بيانات «ضخمة» (أي عارضة)، أو مجموعات تركيز، أو مقابلات شبه منظمة، أو تحليل المحتوى، أو ملاحظات وصفية للأعراف البشرية، أو بيانات أو سجلات أو إحصائيات ثانوية رسمية.

من جهة المؤشرات المتخصصة، فقد حاولت الكتابات الأكاديمية ووثائق السياسة العامة التوصل إلى قوائم شاملة مختلفة، حيث يقدم رومنتي ومورتاريلي (2020: 394) عدداً من مؤشرات الاتصالات لقياس "مخرجات" وسائل التواصل الاجتماعي: نسبة النقر إلى الوصول (Clickthrough rate)، ونسبة زيارات الإحالة (Referral traffic %)، وتحميل الكوبون (النسبة المئوية لمعدل الزيادة أو النقص)، وطلب المعلومات (النسبة المئوية لمعدل الزيادة أو النقص)، ومشتري الخالصات البسيطة (RSS) (النسبة المئوية لمعدل الزيادة أو النقص)، ورقم التصنيف، والنسبة المئوية للمشاركة لكل منشور، والنسبة المئوية لمعدل إعادة التغريد لكل منشور.

يوضح أونيل (2020: 407) كيف يمكن ربط المقاييس بالأهداف والوسائل في هذا المثال "إطار تقييم النتائج"، على النحو الموضح في جدول 1:

جدول 1: مثال «إطار تقييم النتائج»

أهداف الاتصال	النتائج (من حيث القياس)	نوع النتائج	وسائل التقييم	إطار سحب العينات
في عام 2016، كانت غالبية مواطني مقاطعة (أ) على دراية بالمسألة (س) وداعمين لها.	80% من مواطني مقاطعة (أ) على دراية بالمسألة (س).	الوعي	استبيان	استبيان: عينة ممثلة لمواطني مقاطعة (أ) (ب) (ت)
	أعرب المواطنون عن دعمهم للمسألة (س)	الموقف	استبيان مجموعات تركيز	استبيان: عينة ممثلة لمواطني مقاطعة (أ) (ب) (ت) مجموعات تركيز: مناقشات جماعية مع مجموعة منتقاه من أصحاب الخصائص السكانية المهمة.

تقدم حكومة نيوساوث ويلز خمسة مستويات مشابهة من النشاط، وهي -في هذه المرة- «المدخلات والأنشطة والمخرجات والنتائج والأثر»، مع قائمة موجزة بالأمور التي يمكن قياسها لكل مستوى، وكيفية قياسها (وزارة رئيس الوزراء ومجلس الوزراء، 2016). يوضح الجدول الآتي الثلاثة مستويات الأخيرة الأكثر صلة بموضوعنا:

جدول 2: أمثلة نبوساوث ويلز على العناصر المطلوب قياسها للمخرجات والنتائج والأثر.

مستوى النشاط	العنصر المطلوب قياسه	أمثلة على القياس
المخرجات	الإعلانات المدفوعة، والدعايا الإعلامية، والمنشورات، والمواقع الإلكترونية، والمنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، والفعاليات، والرعايات، والمشروعات المجتمعية	مقاييس وسائل الإعلام (البحث، الانطباعات، فرص المشاهدة (TARP)، (OTS، غير ذلك)، تحليل المحتوى، بيانات المواقع الإلكترونية، إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي، استبيانات القراء.
النتائج	التذكر، الوعي، الاهتمام، المشاركة، التفضيل، تعبير الموقف، الرضا، الثقة، النوايا، الدعوة	استبيانات، مقابلات شخصية، تحليل وسائل التواصل الاجتماعي، وصف الأعراف البشرية، صافي نقاط المروج.
الأثر	السلوك، الاستفسارات أو عمليات التسجيل، الإيراد، الاحتفاظ بالعملاء، جودة الحياة/الرفاهة، الوفورات.	تتبع السلوك (مثل قواعد البيانات)، الاستبيانات، تحليل التكلفة والعائد / العائد على الاستثمار، مؤشرات الرفاهة.

أخيرًا، تقدم خدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة (2018) الأمور التي قد تحتاج القياس لكل من «المدخلات والمخرجات والمحصلات والنتائج»، وهي على النحو الآتي:

جدول 3: أمثلة خدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة (8102) على العناصر المطلوب قياسها للمخرجات والنتائج والأثر.

مستوى النشاط	العنصر المطلوب قياسه	أمثلة على القياس
المدخلات (ما تم قبل النشاط وأثنائه)	التخطيط	القيمة، الدوام الكلي المكافئ بالأيام، الحجم حسب النوع، عدد المنشورات الصحفية المرسلة، عدد المنشورات في قنوات التواصل الاجتماعي
	الإعداد	
	اختبار سابق	
	الإنتاج	
المخرجات (ما تم تقديمه)	التوزيع	الوصول الكلي للجمهور (على الإنترنت/من غير الإنترنت)، حجم الفعاليات، حجم التعرض الصحفي، عدد الشراكات
	التعرض	
	الوصول	
المحصلات (ما يفعله الجمهور المستهدف بالمخرجات)	الوعي	النسبة المئوية لعدد الانطباعات التي ولدت تفاعل/رد فعل، نسبة النقر إلى الوصول (CTR)، نسبة النقر إلى المشاهدة (VTR)، متوسط الزمن المنقضي على الموقع، نسبة الزائرين الذين تنقلوا في الموقع، معدل الاسترجاع، نسبة الذين عملوا بما يتفق مع الحملة، إلى غير ذلك، المعنويات تجاه الحملة، التعبير في الاتصال / الانطباعات.
	الفهم	
	الاهتمام	
	المشاركة	
	التفضيل	
	الدعم	
	النفوذ	
المخرجات (نتائج النشاط على الجمهور المستهدف)	الأثر	عدد/نسبة الذين غيروا من سلوكهم، عدد التعيينات الناجحة، التغيير في الإعجاب عن الاهتمام، تكاليف الوحدة، التغيير في المواقف.
	التأثير على المواقف	
	التأثير على السلوك	
	الإيراد	
	الخفض في التكلفة	
	إجراءات الامتثال (التغيير في المواقف/السلوك)	
	الاحتفاظ	
	السمعة	

## القياس الواقع المخالف

لتقييم أثر أي حملة أو مشروع أو تدخل، يلزم القيام ببعض القياسات لمعرفة كيف كان سيبدو عليه الأمر محل التغيير لو لم يحدث التدخل، ويُفضّل -لكن لا يُشترط- أن ينطوي هذا على قياس سابق للتدخل، أو ما يُعرف أحياناً بـ«التقييم الأساسي»، الذي يتم قبل أن يُستخدم أسلوب أو تدخل جديد لتحسين الأداء»، ويُفضّل أن يكون مصدر البيانات وأسلوب جمعها متشابهين بقدر الإمكان للمصدر والأسلوب المتبع في القياس اللاحق للتدخل، وذلك إن لم يكونا هما نفسهما. لكن ذلك أيضاً لا يكون ممكناً في جميع الأحوال لأسباب مختلفة. كذلك، يتم في بعض الأحيان دمج عملية القياس السابق للتدخل مع عملية تحديد الهدف، حتى تكون عملية تحديد الهدف «استقرائية» (تعتمد الأهداف على تقييم للواقع التجريبي الحالي) بدلاً من أن تكون «استنتاجية» (تعتمد على المنطق أو النظرية).

مع أنه بالإمكان استخدام عدد لا حصر له من تصميمات البحث المحتملة في تقييم الأثر، إلا أن تجادين وآخرين (2018: 16) يوصي عند تقييم أثر حملات الاتصال، ولاسيما في مجال الهجرة، باستخدام تجارب مرجعية (أو موجهة) عشوائية (RCT) بوصفها قاعدة الذهب؛ فالتجارب الموجهة العشوائية -اختصاراً- تشمل التخصيص العشوائي لعينة ممثلة من المجتمع المستهدف لمجموعة مرجعية، وواحد أو أكثر من مجموعات العلاج (أي المجموعات التي تتلقى التدخل)، ويتم قياس كلتا المجموعتين/كل المجموعات قبل التدخل وبعده، ويمثل الفارق بين القياسين في مجموعة العلاج «أثر» التدخل (بافتراض عدم حدوث أي تغيير في المجموعة المرجعية). إن التوزيع العشوائي لعلاج يضمن عدم وجود أي اختلافات منهجية (أو على الأقل ألا تكون هذه الاختلافات ذات أهمية نظرية) بين المجموعة المرجعية ومجموعة العلاج.

غير أن طريقة قوية كهذه لا تكون مجدية دائماً للممارسين؛ فأولاً، يتعذر على غالبية التدخلات التي تتم في الواقع -الموضوع الأكثر قدرة على كشف المستقبل لعمليات تقييم الأثر- أن تعرف بمستوى من الثقة من تلقى التدخل، ومن لم يتلقاه، وذلك يعكس التجارب الطيبة التي نشأت منها التجارب المرجعية العشوائية التي تلقى استحساناً. على سبيل المثال، يتعذر على الحملة العامة أن تعرف يقيناً من تلقى العلاج ومن لم يتلقاه، ناهيك عن التأكد من عشوائية متلقي العلاج؛ لهذا، يُرتب تجادين وآخرين (2018) الوسائل بحيث تستبعد كل وسيلة واحدة من افتراضات التجربة المرجعية العشوائية الأصلية بصورة تراكمية، بحيث تكون الوسيلة الأعلى ترتيباً: (1) عشوائية في توزيع العلاج وتصميم المجموعة المرجعية والقياسات السابقة واللاحقة وحجم كبير للعينة (أي أنها تصبح تجربة مرجعية عشوائية)، (2) تتخلص من التوزيع العشوائي للعلاج، (3) تتخلص «أيضاً» من تصميم المجموعة المرجعية، (4) تتخلص «أيضاً» من القياسات السابقة واللاحقة، (5) تتخلص «أيضاً» من الحجم الكبير للعينة.

وفقاً لما يشير إليه ما سبق، فإن القياس السابق للتدخل غير لازم لبعض أشكال تقييم الأثر، رغم أنه يظل مُفضّلاً، لكن من دون هذا القياس، يلزم إعداد صورة أخرى من «خط الأساس» أو الواقع المخالف، ويمكن ذلك عن طريق تصميمات «شبه تجريبية» تتم بصفة أساسية عن طريق إنشاء مجموعة مرجعية باستخدام وسائل بحثية متطورة مختلفة (المطابقة والانحدار غير المستمر، ومطابقة درجات النزعة، وغير ذلك: انظر غارنر وآخرين، 2016، لاستيضاح هذه الوسائل). كذلك، تقوم التصميمات الشائعة غير التجريبية بالدراسة المنهجية للوقوف على ما إذا كانت الأدلة المتاحة تشير إلى وجود أثر، وتدرس ما إذا كانت ثمة عوامل أخرى ربما تكون المسببة للأثر المقترح. كذلك يمكن استبدال القياس السابق للتدخل في هذه الحالات بمصادر أخرى، لكن ينبغي في هذه الحالة أن يُصمّم القياس اللاحق للتدخل بحيث يشابه تلك

المصادر الأخرى بقدر الإمكان، كأن يتم ذلك -مثلاً- باستخدام نفس الأسئلة كالأستبيانات الدولية، التي تُستخدَم كالمقياس السابق للتدخل.

كما ذكرنا في القسم السابق، ثمة الكثير من الوسائل الممكنة لجمع البيانات التي تمثل المقياس السابق للتدخل، مثل: الاستبيانات ومجموعات التركيز والمقابلات الشخصية والتجارب والدراسات الوصفية للأعراق البشرية و«دراسات الملاحظة» ودراسات الحالة وآليات التتبع ومؤشرات الويب (أونيل، 2020: 408). تقدم المفوضية الأوروبية (2017: 59) تفاصيل عدد من أشكال المقياس الأكثر تخصصاً التي يمكن استخدامها في قياس الأثر:

- أدوات بحثية نوعية: دراسات الحالة، مجموعات التركيز (خبراء / أصحاب مصلحة / الجمهور المستهدف مباشرة / إلكترونية)، ملاحظات المشارك، مقابلات شخصية مع أصحاب المصلحة، يوميات.
- من خلال الإنترنت: رصد مواقع التواصل الاجتماعي، تحليلات الويب، تدقيق إمكانية استخدام الموقع الإلكتروني، تعيين الإبراز عبر الإنترنت.
- الاستبيانات: ورقية/مطبوعة، عبر الإنترنت، وجهًا لوجه، عبر الهاتف، دراسات تتبع.
- "أدوات أخرى": تعيين/تدقيق المحتوى، تعيين رحلة العميل [المستخدم]، التسوق المُقنَّع، المراجعة التنظيمية، التدقيق الفني، تعدين البيانات.
- بيانات ثانوية: المقياس المرجعي، تحليل البيانات الثانوية، تحليل بيانات كمية، تحليل بيانات نوعية، لجان الخبراء، تحليل مصفوفة نقاط القوة والضعف والفرص والأخطار، التحليل المتعدد المعايير.
- تحليل وسائط الإعلام: كمي، نوعي.
- الإعلانات: الاسترجاع، التكرار، الوصول والتغطية، فرص المشاهدة (OTS) / فرص الاستماع (OTH)، التصنيف، التكلفة، الحصة.
- تحليل التكلفة: العائد على الاستثمار، تحليل التكلفة والعائد، تحليل الفاعلية التكاليفية/ الكفاءة.

عند دراسة الآثار المهمة الخاضعة للتقييم في بحوث الهجرة، عادةً ما نهتم بالمواقف أو السلوكيات المتغيرة، كنتائج نهائية. يتعلق الكثير مما سبق بصورة طبيعية بالمخرجات، لاسيما تلك المعنية بمراقبة وسائط الإعلام والإعلانات، لكن يظل هناك الكثير من البدائل بين صور المقياس الممكنة من أجل اثنتين من النتائج النهائية ذات الاهتمام. من الأمثلة على كل واحدة:

- المواقف تجاه الهجرة: الأكثر شيوعًا الاستبيانات. لكن انظر أيضًا: مجموعات التركيز، المقابلات الشخصية، رصد مواقع التواصل الاجتماعي، «التفضيل الظاهر»، غير ذلك.
- النزوح إلى الهجرة بطريقة غير نظامية: الأكثر شيوعًا الإحصائيات الرسمية. لكن انظر أيضًا: الاستبيانات، مجموعات التركيز، المقابلات الشخصية، رصد مواقع التواصل الاجتماعي، «البيانات الضخمة».

أخيرًا، تطرح الكثير من صور جمع البيانات المذكورة أعلاه مشكلة أحجام العينات. باختصار، العينة ضرورية عندما يكون من غير المجدي قياس المجتمع المعني كله. يُستمد المجتمع المعني مباشرة من أهداف التدخل. على سبيل المثال، إذا كانت حملة اتصال معينة مهتمة بتغيير المواقف تجاه الهجرة بين الفئة العمرية من 18-24 عامًا في المنطقة (س) من البلد (ص)، فمن غير المحتمل أن يكون لدى الحملة الموارد لقياس المواقف السابقة واللاحقة للحملة لكل الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 سنة في تلك المنطقة. حينئذٍ يمكننا -بدلاً من ذلك- أن نختار عينة ممثلة للمجتمع، ونستدل من أي تغييرات نلاحظها في هذه المجموعة على أن تلك التغييرات حدثت أو ربما تكون قد حدثت في المجتمع بوجهٍ عام. كيف نتمكن من تحقق التمثيلية المهمة؟ يقترح غارنر وأخرون (2016) وتجادين وأخرون (2018) أن أفضل طريقة هي التأكد من وجود عينة كبيرة بما يكفي. رغم أن زيادة حجم العينة ربما يحسن تمثيلية العينة، لكن ذلك ليس كافيًا، وليس بالضرورة صحيحًا. بل تُستمد التمثيلية من مشابهة المجتمع العام بأقرب ما يكون. لكن هذه «المشابهة» بالطبع تعني أمورًا كثيرة. بوجهٍ عام، نريد أن تكون العينة مشابهة للمجتمع العام من حيث «مختلف المتنبئات المعقولة ظاهريًا» للنتيجة محل الاهتمام مهما كانت؛ فإذا كنا مهتمين بقياس الأثر على المواقف تجاه الهجرة، ينبغي لنا أن نتأكد من أن العينة تشابه مع المجتمع بأقرب ما يكون من جهة كل هذه الأمور (أو من جهة أكبر عدد ممكن منها) التي اتضح أن لها تأثير على المواقف تجاه الهجرة؛ ومن ثم، تشتمل هذه الأمور على الأقل على بعض مما يأتي:

- الخصائص الاجتماعية السكانية والتنشئة الاجتماعية: الجنس والسن والتعليم والدخل والمنطقة والعرقية وخلفية الهجرة والأسرة.
- الهوية السياسية: الموقف تجاه اليمين واليسار، الانتماء الحزبي.
- السياق: الاستهلاك الإعلامي، معدلات الهجرة المحلية.

## إجراء التدخل

مع أن هذا التقرير يهتم بتقييم الأثر، وليس تقديم نصائح بشأن تفاصيل ما ينبغي أن يبدو عليه أي تدخل يتعلق بالهجرة، إلا ذلك الأخير يثير عددًا من المشكلات ذات الصلة بتقييم الأثر. أولاً، حتى يتسنى القيام ببحث تجريبي على النحو الذي ناقشناه بالفعل، ينبغي أن يُعزّل أي تدخل في «مجموعة علاج»، ومرة أخرى، من الأفضل أن تُحدّد عضوية هذه المجموعة، وليست «المجموعة المرجعية»، بصورة عشوائية من عينة ممثلة.

يسرد تراجين (2018: 12) أدوات أو وسائط ممكنة للاتصال تشمل تلك التدخلات التي يمكن تقييم آثارها بعد ذلك مثل: "المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والبرامج التلفزيونية والإنتاج المرئي والتقارير الإذاعية ووسائل الإعلام المطبوعة (تشمل المقالات الصحفية والمنشورات واللوحات الإعلانية والبطاقات البريدية والمطويات) والأنشطة من نوعية ورش العمل والمواكب والحفلات الموسيقية والعروض (عروض الشارع) وبرامج الاختبارات والمجلات/الكتب الهزلية والمسرح والأنشطة المتعلقة بالرياضة والخطوط الساخنة ومراكز المعلومات وشبكات الند للند القائمة على المشافهة.

يوصي ماكنامارا (2020ب: 449) بالاستفادة من الرؤى السلوكية عند تصميم الحملات، لاسيما قائمة "MINDSPACE" المرجعية للتأثيرات على السلوك البشري، وهذه التأثيرات المستوحاة من «نظرية الوكزة» هي:

- المرسل: تأثير «مَنْ» يقوم بنقل المعلومات.
- المحفزات: تأثير الاختصارات الذهنية مثل تجنّب الخسارة والتحفيز للحاضر.
- الأعراف: تأثير ما يقوم به «الآخرون».
- الفرضيات: الجنوح إلى «مسايرة الاتجاه العام».
- الأهمية: تأثير ما يبدو «مهمًا» و/أو جديدًا.
- التهيئة: تأثير «الإشارات» اللاواعية.
- التأثير: تأثير الترابطات «الشعورية».
- الالتزامات: رغبتنا في الاتساق مع ما قطعناه من وعود وما علينا من واجبات.
- الذات: تأثير ما يجعلنا نشعر بالرضا عن الذات.

فيما يتعلق تحديدًا بالتدخلات الموجهة نحو تغيير الموقف من الهجرة، يقارن دينيسون (2020) بين نتائج عدد من التقارير عن النحو الموضح في أدناه.

جدول 4: ملخص بأهم التوصيات من التوجيهات القائمة بشأن أفضل الممارسات التي تتعلق باتصال الهجرة

كريستيانو (2017)	ويلكومينغ أمريكا (2018)	بامبيرغ (2018)	مارتوز (2006)	بانوليسكو-بودغان (2018)	شريف (2019)	
						الترتيبات الاستراتيجية
				X	X	وضع استراتيجية استباقية للاتصالات
			X		X	إقامة شراكات من أجل الاتصال /لدعمهم آخرين
	X	X	X		X	البحث عن جمهور متحرك واستهدافه، ومعرفة مداركه وتحيزاته
						محتوى الاتصالات
X	X	X	X	X	X	التركيز على القيم
X	X				X	مستدرة للعاطفة
			X		X	التركيز على الأمل/الإيجابية/الحلول
				X		تجنُّب مهاجمة الجمهور
		X		X		تجنُّب تكرار الأفكار المناهضة / زيادة إبرازها
				X		إيجاد أرضية مشتركة
			X			تحييد الادعاءات المعارضة
X		X				استخدام السرد القصصي
						تقديم الاتصالات
				X	X	اختيار مُرسلين يتمتعون بالمصداقية، ويشمل ذلك مهاجرين ومعتدلين
X	X	X			X	استخدام صياغة بليغة / مقبولة / مركزة للرسالة
X					X	أن تكون ذات طبيعة بصرية

أخيرًا، وفيما يتعلق تحديدًا «بحملات الاتصال للتنفير من الهجرة غير النظامية من البلدان النامية إلى البلدان المتقدمة»، يسرد براون (2015):  
1 و3) مستشهدًا بمفوضية الأمم المتحدة السامية لشؤون اللاجئين (2011) قائمة توصيات تتعلق بكيفية إجراء حملات الإعلام تلك:

- تكون حملات الإعلام أكثر فاعلية عندما تستهدف المجتمع برمته بدلاً من استهداف المهاجرين المحتملين وحدهم، إذ إنَّ قرارات ترك البلد الأصلي تعتمد بصفة عامة على الأسرة والمجتمع وتلقى دعمًا منهما.
- يجب ألا تنفي حملات الإعلام اللاجئين أو طالبي اللجوء الشرعيين؛ حيث إن رفع الوعي بشأن فرص للهجرة الشرعية، متى وُجِدَتْ، تزيد من فاعلية حملات الإعلام.
- تستطيع الحملات الإعلامية باستخدام الإذاعة والتلفزيون أن تخاطب جمهور كبير من مختلف التخصصات والخلفيات.
- ربما تصل الحلقات النقاشية والإنتاج المسرحي عددًا أقل من الأشخاص، لكنهما يتيحان فرصة أكثر عمقًا للمناقشة وتبادل

الأفكار وإقناع الأفراد على تغيير آرائهم.

- «رسائل العبارات الرنانة» مفيدة في جذب انتباه الجمهور وتوفير معلومات حول الأمور المعقدة بطريقة مباشرة تعلق في الذاكرة. كذلك يمكن تفصيل لغة هذه الرسائل بما يناسب ثقافة الجمهور المتلقي.
  - الشهادات الحية تجعل المعلومات أكثر وضوحًا وأسهل في الوصول إليها. الاستعانة بالمشاهير أو شخصيات بارزة في نقل الرسائل يساعد في بناء الثقة والوصول إلى الجمهور المستهدف وإثارة المشاكل الصعبة والمثيرة للجدل في بعض الأحيان. أهم الدروس التي يستفيد بها أصحاب المصلحة:
  - نشر مواد المتعلقة بالمعلومات والتثقيف والاتصال لإطلاع الأشخاص بمخاطر التحركات غير النظامية، بما في ذلك الاتجار بالبشر وتهريب البشر.
  - استخدام رسائل بسيطة موجّهة تراعي السن والجوانب الجنسية والثقافية، ومُترجّمة إلى اللغات المناسبة للوصول إلى قطاع عريض من الجمهور.
  - تشجيع مشاركة الأشخاص الذين خاضوا رحلات خطيرة على المساعدة على التأثير على خيارات الأفراد وتغيير المواقف لدى المجتمعات المضيفة.
  - إدراج بيانات الاتصال بخدمات الدعم في المطويات التعريفية، فضلاً عن حقوق والتزامات الأفراد الذين يسافرون، والحماية الدولية المكفولة لهم وخيارات الهجرة الشرعية المتوافرة.
- الشروع في أنشطة توعوية بالمصاعب التي تواجه اللاجئين، وما يحتاجه الأفراد الذي ينتقلون في إطار حركات الهجرة المختلطة من حماية.
- إشراك سلطات إنفاذ القانون ومسؤولين حكوميين وساسة ومجتمعات محلية في استراتيجيات الإعلام، والتشجيع على إقامة حوار منفتح لتحديد النتائج التي تعود على الأفراد الذين ينتقلون في إطار حركات هجرة مختلطة.
  - التعاون مع الأطراف الفاعلة المعنية في شأن تطوير حملات التوعية في بلدان المنشأ والعبور والمقصد.

## القياس والتحليل اللاحق للتدخل

بعد إتمام التدخل، ثمة عدد من الخطوات ينبغي القيام بها للخروج بتقييم ناجح وفعل للأثر.

- أولاً، لا بد من وجود نوعاً من القياس اللاحق للتدخل، وتتشابه الأنواع والوسائل الممكنة للقيام بهذا القياس مع تلك الموصَّحة في الخطوة الثالثة.
- ثانياً، لا بد من حساب الأثر، والأفضل أن يتم ذلك بطرح مستوى المتغير محل الاهتمام وفقاً لما يُسفر عنه القياس اللاحق للتدخل من مستواه قبل التدخل. لكن بحسب ما ناقشناه من قبل، إذا تعذر ذلك يمكن استخدام شكلاً آخر من خط الأساس، بحسب ما يُستمد من البيانات الثانوية أو الواقع المخالف المُنشأ. بغض النظر عن الطريقة المتبعة، ينبغي احتساب الأثر «النهائي» باستخدام افتراضات نظرية، مع توخي الحذر بشأن أوجه القصور المنهجية والتنازلات (وهي من الأمور التي لا يمكن تجنبها في جميع الأحوال) التي يُعترف بها صراحة.
- ثالثاً، حتى مع استخدام أقوى الأساليب البحثية، تُعد بعض المناقشات النظرية حول «سبب» حدوث الأثر الذي تم رصده عنصرًا مهمًا في أي تقييم للأثر، بل وعادةً ما تُعد العنصر الأكثر إثارة للاهتمام: هل هو التدخل وحده أمر عناصر أخرى قد تسببت في تغيير ما بعد التدخل وقبله؟ كيف لنا أن نعرف؟ أي من عناصر التدخل من المرجح أن يكون لها أي الآثار؟ كيف نزلها؟ هل يسري هذا التدخل بصورة عامة؟ هل يؤثر على جمهور آخر مستهدف؟ لماذا قد يختلف تأثيره؟ ماذا عن احتمال أن يكون السياق قد أثر على النتيجة النهائية للتدخل؟ من الطبيعي أن تزيد الحاجة إلى مناقشة أوسع لهذه القضايا كلما انخفضت قوة المنهجية (مثل دراسات الحالة المقارنة).
- رابعاً، بعد تحديد الآلية السببية، يتم إعداد توصيات لحمولات الاتصال المستقبلية، أو إذا كان هذا النشاط أو الحملة أو المشروع مستمرًا، يمكن إجراء تغييرات استنادًا إلى هذه النتائج.

فيما يتعلق بحملات الاتصال المتعلقة بالهجرة على وجه التحديد، وجد تراجدين (2018: 7) أن «غالبية تقييمات الحملات ادعت أن الحملة قيد الدراسة كانت «ناجحة» في إحداث تغيير في المعرفة والمدرجات والمواقف، وأيضًا -بدرجة أقل- في السلوك (المقصود)، لكن لم يُستدل من غالبية التقييمات التي تمت مراجعتها إلا على أدلة قليلة نسبيًا على الأثر الكامل لحملات الإعلام. مع أن تقييمات كثيرة قد ذكرت عدد مستقبلي الحملة أو المستفيدين منها وملفانهم التعريفية، لكن الأثر لم يُقَس بصورة مباشرة»، لهذا، يبدو من الآمن أن نخلص إلى استنتاج مفاده أن تقييمات الأثر لا تحسب نتيجة نهائية للأثر.

الأكثر من ذلك أن ماكنامارا (2020: ب436) يقدم شرحًا وافيًا للأسباب التي تستوجب أن يكون الحساب النهائي للأثر النهائي في صورة النتائج، الذي ينبغي أن يُستمد مباشرة من الأهداف المذكورة للتدخل، و«لماذا» بعض الاعتبارات النظرية «لأسباب» حدوث الأثر المرصود: «دراسات عديدة أظهرت أن التقييم في مجال العلاقات العامة واتصالات المؤسسات والاتصال الاستراتيجي ومجالات الممارسة ذات الصلة تركز بصورة عامة على المخرجات، بدلاً من التركيز على نتائج الاتصال أو أثره [...] تنقل المناهج المعاصرة تركيز التقييم على النتائج والأثر». تلك هي نتيجة الفكرة السائدة ومفادها أن المخرجات تؤدي إلى النتائج بصورة مباشرة يمكن توقعها: «الانشغال بالمخرجات مع إلقاء النتائج والأثر اهتمام نقدي قليل نسبيًا إنما يعتمد إلى حدٍ بعيد على الافتراضات العالقة بشأن آثار وسائل الإعلام [...] لكن [...] كما يشير الكثير من الدارسين تم تفكيك نظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام والاتصال [...] لصالح فهم الاتصال على أنه معاملاتي وسياقي ومشروط؛ ومن ثم، يُعد التقييم أمر لا غنى عنه، في حين لا يُنظر إليه على أنه مهم أو حتى لازم مطلقًا عندما يتم افتراض التأثيرات. يُعد امتلاك معرفة أعمق بالاتصال البشري وتحديات التغيير في المواقف والسلوك من الأمور المهمة لتجنُّب الافتراضات، واتجاه -بدلاً من ذلك- منهجًا يعتمد على علم الاجتماع. لكنَّ الأهم من ذلك، أنه بينما لا يتطلب القياس إلا بيانات، فإن التقييم (الذي يشتمل على تقييم الأثر) يتطلب بعض الدراسة النظرية لأسباب حدوث الأثر. رغم أن المتخصصين في الإعلان والعلاقات العامة والاتصال الحكومي والاتصال الاستراتيجي وإدارة الاتصال يركزون أكثر على القياس ويخلطون في الوقت ذاته بين القياس والتقييم، فإن القيمة الأكبر تكمن في فهم السبب وراء حدوث أي تغيير مهما كان؛ فهذا يسمح لنا بإعداد توصيات من أجل التدخلات المستقبلية... مع أنَّ القياس (تسجيل المقاييس) مهم، وهو العنصر السابق للتقييم القائم على الأدلة، إلا أن التقييم ينطوي على «إصدار حكم» بشأن قيمة أمر ما أو أهميته؛ لهذا، يعجز تقييم الأثر عن الخروج بدروس وتوصيات مستدامة،

وفي النهاية تحقيق إنجاز من دون دراسة نظرية لأسباب حدوث أثر.

إن هذا في واقع الأمر- يرتبط بوجه خاص باتصالات الهجرة؛ فكما يقول تراجدين (2018: 13): "إن غياب تلك الأدلة يدفع الكثير من المراقبين إلى التشكيك في المنهج العام الذي تتبعه حملات الإعلام [...] فيما يتعلق بالقائمين على تنفيذ حملات الإعلام، ثمة حاجة ملحة إلى توجيهات في شأن كيفية تصميم تلك الحملات لتحقيق تأثيرات معينة مرغوب فيها على الوعي والمعرفة والإدراك والمواقف والسلوك (المقصود) للمجموعات المستهدفة بعينها". مرة أخرى، يتطلب هذا مناقشات نظرية حول «الأسباب» التي جعلت لتدخلات بعينها الأثر الذي أحدثته. لكن فيما يتعلق بحملات التنفير من الهجرة غير النظامية، «يصعب توليد أدلة في هذا المجال نظرًا لما تتسم به حملات الإعلام المتصلة بالهجرة من تعقيد وتنوع، وافتراضاتها الأساسية [...] أولاً، يُفترض افتقار المهاجرين المحتملين إلى المعلومات، وثانيًا، عدم دقة المعلومات المتاحة (أي قبل أي حملة إعلامية)، وثالثًا، المعلومات الجديدة (أي المتولدة من الحملة) موثوق فيها ومُصدّقة، ورابعًا، المعلومات الجديدة سوف تؤثر على المعرفة وأو المدركات وأو المواقف، وخامسًا، أن أي تغيير في المعرفة وأو المدركات وأو المواقف سوف يُرجم إلى تغيير في السلوك». يقدم لنا هذا مثالاً ممتازاً حول، أولاً، أهمية الانفتاح بشأن الافتراضات النظرية، وثانيًا، لماذا يُعد فحص تلك الافتراضات الطريق إلى التقدم.

بصورة عملية أكثر، توصي خدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة (2018) بعدد من الخطوات اللاحقة للتدخل تتعدى مجرد القياس البسيط للأثر، وتذكر خدمة الاتصال الحكومي في المملكة المتحدة (2018: 6) إن أنسب هذه الخطوات:

- يوصى بتخصيص نحو 5 إلى 10% من نفقات الحملة للتقييم. علاوة على البيانات التشغيلية، عادة ما تشمل تكاليف التقييم على التكاليف بالقيام بأبحاث لقياس الوعي ومستويات اختراق الرسالة.
- "مقارنة بيانات النتائج الفعلية بالمستهدفات المُحدّدة في الأهداف. هل تم الوفاء بالأهداف؟ إن لم يكن، ما الأسباب التي يمكن تقديمها لترير الاختلاف؟ إذا تجاوزت النتائج الأهداف، فما الذي أدى إلى ذلك؟"
- فيما يتعلق بالعلاقة السببية بين المحصلات المُوجّهة بالموضوع والنتائج، تكون بعض الحملات أكثر فاعلية في تحويل الوعي والتغييرات في الموقف إلى نتائج سلوكية ملموسة.
- "النتائج من أجل تحسين الحملة الحالية أو حملات مستقبلية. الأفضل أن تشمل خصائص النمذجة والتحليل الاقتصادي القياسي (إسناد جزء من «السبب» إلى عناصر ورسائل وقنوات مختلفة من الحملة بطريقة علمية). عادةً ما يتمكن القائمون بالحملات حتى من دون دراسات متقدمة من الوصول إلى استنتاجات بشأن أي القنوات كانت أكثر أو أقل فاعلية من المتوقع. هل يوجد ما يمكن للأحرين أن يتعلموه من نظريتك في التغيير؟"
- "خاتمة تشمل ما إذا كانت الحملة قد نجحت أم لا في تحقيق أهدافها المتعلقة بالسياسة، على أن تشمل الخاتمة أيضًا ما يجب أن نفعله بصورة مختلفة في المرة القادمة أو في حملات مستقبلية مشابهة."

أخيرًا، يقدم غارتلر وآخرون (2016: 320) النقاط الآتية المشابهة، إلى جانب نقاط أخرى، في نموذج يشمل قائمة مرجعية ينبغي أن تشملها كل تقييمات الأثر، مع التركيز مرة أخرى على أهمية الدراسات النظرية:

- "سؤال محدد ومناسب يتعلق بالسياسة- يقوم على إحدى نظريات التغيير- يمكن الإجابة عنه من خلال تقييم للأثر."
- "منهجية قوية مشتقة من القواعد التشغيلية للبرنامج، لتقدير واقع مخالف يوضح العلاقة السببية بين البرنامج والنتائج ذات الاهتمام."
- "منهجية وعينة توفر نتائج "قابلية للتعميم" للمجتمع محل الاهتمام."
- "يتم إثراء نتائج تقييم الأثر من خلال تقييم تكميلي للعملية ومراقبة البيانات، يعطي صورة أوضح عن تنفيذ البرنامج. عندما تنجح برامج، من المهم أن نفهم السبب، وعندما تفشل برامج، من المهم أن نميز بين سوء تنفيذ البرنامج والتصميم المعيب له."

## الخاتمة

يتزايد الطلب على الحاجة إلى تقييم أثر حملات الاتصال في مجال الهجرة، لكنَّ العاملين في مجال الهجرة يبلغون عن وجود صعوبات مؤثرة في اضطلاعهم بتلك التقييمات -لاسيما بسبب المعايير المنهجية للمؤسسات الأكاديمية أو الدولية التي عادةً ما تكون غير واقعية- وأن محاولاتهم لإجراء تلك التقييمات قد لاقَت نقدًا حادًا. يَجْمَع هذا التقرير المصطلحات والنتائج والتوصيات المتفاوتة من القطاعين العام والخاص، ومن الوسط الأكاديمي لوضع مجموعة من خمس خطوات عامة يتبعها الممارسون عند إجراء تقييمات الأثر في قطاع الهجرة. إن الحجة الأبرز بين هذه الخطوات الخمسة هي أن تقييمات الأثر تطوي ببساطة على مقارنة متغير معين ذي اهتمام «بعد التدخل» بما كان سيبدو عليه هذا المتغير «لو لم يكن ذلك التدخل قد حدث»، وذلك بدلاً من تكون هذه التقييمات بالضرورة ممارسة معقدة وشاملة كما تقترحه التوجيهات الحالية. في ضوء الطبيعة الافتراضية للمقارنة، من المفترض أن تكون النتائج مُؤَهَّلَةٌ ومُحْتَمَلَةٌ، وبمجرد استيعاب العاملين في مجال الهجرة الاعتبارات النظرية والمنهجية الناتجة عن ذلك، تزيد جودة وكمية تقييمات الأثر المتعلقة بسياسة الهجرة، كواحدة من مصادر التقدم الملحوظ في هذا القطاع.

## المراجع

- Adelle, C. and S. Weiland. 2012. Policy Assessment: the State of the Art. Impact Assessment and Project Appraisal, 30:1, 25  
14615517.2012.663256/10.1080 :المعرف الرقمي للعنصر:
- /0-https://amecorg.com/resources/barcelona-principles-3 العنوان في الوصول إليها في AMEC. 2020. Barcelona Principles 3.0  
بتاريخ 4 أغسطس 2020
- Bamberg, K. 2019. 'Moving beyond the 'crisis': Recommendations for the European Commission's communication on  
https://www.fes-europe.eu/fileadmin/public/editorfiles/events/2019/Q4\_2019/Moving\_beyond\_the\_crisis.pdf  
migration'. ورقة نقاشية. تم الوصول إليها في العنوان
- Banulescu-Bogdan, N. 2018. 'When Facts Don't Matter: How to Communicate More Effectively About Immigration's Costs  
https://www.migrationpolicy.org/research/when-facts-and-benefits Migration Policy Institute  
dont-matter-immigration  
تم الوصول إليها في العنوان
- .Browne, E. 2015. 'Impact of communication campaigns to deter irregular migration' GSDRC Helpdesk Research Report  
1 تم الوصول في العنوان  
https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a0896840f0b652dd0001f4/HQ1248.pdf بتاريخ 1  
أغسطس 2020.
- Christiano, An. 2017. 'Foreword: Building the Field of Public Interest Communications'. Journal of Public Interest  
15-Communications, 1(1): 4
- Dennison, J. (2019, online first) 'How issue salience explains the rise of the populist right in Western Europe' in International  
Journal of Public Opinion Research
- Dennison, J. and Geddes, A. (2019) 'A Rising Tide? The Salience of Immigration and the Rise of Anti-Immigration Political  
116-Parties in Western Europe' in The Political Quarterly, 90(1): 107
- DPC (Department of Premier and Cabinet) (2016). NSW government evaluation framework for advertising and  
communication. Sydney, Australia: NSW Government
- European Commission, 2017, 'TOOLKIT for the evaluation of the communication activities' DIRECTORATE-GENERAL FOR

https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-evaluation-toolkit\_تم الوصول في العنوان en.pdf  
2020 بتاريخ 31 يوليو

European Migration Network (2012). Practical Measures to Reduce Irregular Migration. Synthesis Report. European Migration Network [http://extranjeros.empleo.gob.es/es/redeuropeamigracion/Estudios\\_monograficos/EMN\\_Synthesis\\_Report\\_Irregular\\_Migration\\_October\\_2012.pdf](http://extranjeros.empleo.gob.es/es/redeuropeamigracion/Estudios_monograficos/EMN_Synthesis_Report_Irregular_Migration_October_2012.pdf)

Gertler, P.J. et al. (2018). Impact Evaluation in Practice. Second edition, Inter-American Development Bank and World Bank, Washington, D.C.

Gregory, A. 2020. 'The Fundamentals of Measurement and Evaluation of Communication' in, eds., Luoma-aho, V. and Canel, M-J, The Handbook of Public Sector Communications. John Wiley and Sons, pp. 367-382

Gregory, A., & Watson, T. (2008). Defining the gap between research and practice in public relations programme evaluation: Towards a new research agenda. *Journal of Marketing Communications*, 24(5), 337-350

Henningsen, A., Traverse Healy, K., Gregory, A. Johannsen, A., Allison, R., Bozeat, N., & Domaradzki, L. (2014). Measuring the European Commission's communication: Technical and methodological report. [http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/evaluation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/evaluation/index_en.htm)

Macnamara, J. 2020a. 'Public sector communication measurement and evaluation' in, eds. Luoma-aho, V. and Canel, M-J, The Handbook of Public Sector Communications. John Wiley and Sons, pp. 361-365

Macnamara, J. 2020b. 'New Developments in Best Practice Evaluation: Approaches, Frameworks, Models, and Methods' in, eds. Luoma-aho, V. and Canel, M-J, The Handbook of Public Sector Communications. John Wiley and Sons, pp. 435-454

.Marthouz, J-P. 2006. 'How to communicate: Strategic communication on migration and integration

.King Baudouin Foundation

[http://www.media-diversity.org/en/additional-files/documents/A%20Guides/How%20to%20Communicate\\_Strategic%20communication%20on%20migration%20and%20integration%20%5bEN%5d.pdf](http://www.media-diversity.org/en/additional-files/documents/A%20Guides/How%20to%20Communicate_Strategic%20communication%20on%20migration%20and%20integration%20%5bEN%5d.pdf)

Michaelson, D., & Stacks, D. (2011). Standardization in public relations measurement and evaluation. *Public Relations Journal*, 5(2), 1-22

Noblet, A., & LaMontagne, A. (2009). The challenges of developing, implementing, and evaluating interventions. In S. Cartwright & C. Cooper (Eds.), *The Oxford handbook of organizational well-being* (pp. 466-496). Oxford, United Kingdom: Oxford University Press

O'Neil, G. (2020) 'Measuring and Evaluating Media: Traditional and Social' in, eds., Luoma-aho, V. and Canel, M-J, The Handbook of Public Sector Communications. John Wiley and Sons, pp. 405-416

Romenti, S. and G. Murtarelli (2020) 'Measuring and Evaluating Media: Traditional and Social' in, eds., Luoma-aho, V. and Canel, M-J, The Handbook of Public Sector Communications. John Wiley and Sons, pp. 383-403

Sharif, H. 2019. 'Communicating effectively on migration: recommendations and policy options'. Resoma: Research Social Platform on Migration and Asylum. Policy Option Brief: December 2019. Accessed here: <https://www.migpolgroup.com/wp-content/uploads/2020/01/POB-Public-Opinion-Hind-Sharif.pdf>

<http://www.decisionanalyst.com/> مُستَرَد من [Thomas, J. (2008). Advertising effectiveness. Decision Analyst [Web site publ\_art/adeffectiveness.dai

Tjaden, J., S. Morgenstern and F. Laczko (2018), "Evaluating the impact of information campaigns in the field of migration: A systematic review of the evidence and practical guidance", Central Mediterranean Route Thematic Report Series. International Organization for Migration, Geneva

<https://3x7ip91ron4ju9e-تم الوصول في العنوان-UK Government Communications Service. 2018. Evaluation Framework 2.0 2020 hf2unqrm1-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/03/Evaluation-Framework-2.0.pdf>

تمر 'Welcoming America's (2018) 'Stand Together: Messaging to Support Muslims and Refugees in Challenging Times' الوصول في العنوان <https://www.welcomingrefugees.org/sites/default/files/documents/resources/Stand%20Together%20Toolkit.pdf> بتاريخ

<https://www.who.int/mediacentre/communication-framework.pdf?ua=1> 'WHO, 2017. 'WHO Strategic Communications Framework for effective communication' تم الوصول في العنوان. 2020. بتاريخ 31 يوليو



الاتصال:

EMM4\_team@icmpd.org

العنوان:

مكتب التنسيق الإقليمي لمنطقة البحر الأبيض المتوسط ICMPD

Development house, 4A / St Anne Street / Floriana, FRN 9010 / Malta tel:+356 277 92 610



[www.icmpd.org/emm4](http://www.icmpd.org/emm4)



[emm4\\_team@icmpd.org](mailto:emm4_team@icmpd.org)



@EMM4\_migration