

الموضوع الرابع

أهداف الإدارة

أولاً: الأهداف التعليمية:

- * تعريف الطالب علم وفن الإدارة بالأهداف في المؤسسات.
- * تعريف الطالب بجوانب مختلفة تؤثر على أهداف المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية.
- * تعريف الطالب بالإدارة من خلال الأهداف الإستراتيجية وتطبيقها على المؤسسات الإعلامية.

* تعريف الطالب أهداف الإدارة في إطار الجودة الشاملة.

تعريف الطالب بنماذج لأهداف مؤسسات إعلامية.

ثانياً: المخرجات التعليمية المستهدفة من المحاضرة (ILOs):

أ- المعرفة والفهم:

بنهاية المحاضرة بنجاح يصبح الطالب قادراً على أن:

- 1- يفهم علم الإدارة بالأهداف، وتطبيقها على الإعلام.
- 2- يتعرف على قواعد صياغة الأهداف.
- 3- يحدد خصائص الأهداف الإستراتيجية في مجال المؤسسات الإعلامية.
- 4- يذكر الفروق بين أنواع الأهداف، وتأثيرها على الإدارة في المؤسسات الإعلامية.
- 5- يعرف أهداف الإدارة في إطار الجودة الشاملة.

ب. المهارات الذهنية:

بنهاية المحاضرة بنجاح يصبح الطالب قادراً على أن:

- 1- يحلل الوضع الإداري للمؤسسات الإذاعية المختلفة في مجال تحديد الأهداف.
- 2- يربط بين أنماط الملكية، وتأثيرها على أهداف المؤسسة الإعلامية.

- 3- ينقد أهداف بعض المؤسسات الإذاعية، وطرق تطويرها.
- 4- يعيد صياغة الأهداف الإدارية برؤية جديدة.
- 5- يقارن بين النظم الإدارية القديمة والحديثة في المؤسسات الإذاعية، من حيث الأهداف.

ج. المهارات المهنية والعملية:

بنهاية المحاضرة بنجاح يصبح الطالب قادرًا على أن:

- 1- يجمع المعلومة من عدة مصادر باستخدام الإنترنت والمراجع المتوفرة.
- 2- يوثق المراجع والمصادر بشكل علمي.

د. المهارات العامة والمنقولة:

بنهاية المحاضرة بنجاح يصبح الطالب قادرًا على أن:

- 1- يلتزم بالوقت.
- 2- يتواصل بشكل جيد مع المجتمع.
- 3- يؤدي ما يطلب منه بأمانة ودقة وأخلاق.
- 4- يعمل في فريق.
- 5- يعبر عن وجهة نظره بوضوح في المسائل الخلافية، ويعرض الحجج التي يستند إليها.

ثالثاً: المحتوى:

الإدارة بالأهداف:

إن أي مؤسسة تهدف إلى تحقيق أهداف معينة مهما اختلفت طبيعة المؤسسة، ومن المفترض أن تسعى إلى تحقيق هدف يتلاءم مع هذه الطبيعة؛ ومن ثم فإن مؤسسة إعلامية تهدف إلى الإخبار والتوجيه والترفيه ... إلخ، ستختلف عن مؤسسة أخرى تهدف إلى التعليم مثل الجامعة أو إنتاج الخضروات.

إن كل واحدة من هذه المؤسسات يمكن اعتبارها مؤسسة ذات طبيعة معينة؛ ومن ثم فإن شكل إدارتها يختلف باختلاف هذه الطبيعة.

الإدارة بالأهداف تعني:

إشراك جميع أفراد المؤسسة في تحديد أهدافها، وفي العمل على تحقيقها، وهو ما يحقق مبدأ المشاركة والالتزام وتحمل المسؤولية، ويرفع الروح المعنوية لأفراد المؤسسة.

نظرًا لطبيعة المهنة الإعلامية، فإن هذه الأهداف متحركة؛ ومن ثم فإن المؤسسات الإعلامية تحتاج إلى أكثر من مهارة، فالتسلح بالعلم الإداري (مثلاً) لا يستطيع أن يحل مشكلات مؤسسة صحفية تحتاج إلى مرونة في إصدار القرارات وسرعة اتخاذها، والقدرة على حل المشكلات السريعة والمتلاحقة والمتداخلة بين الأقسام الإدارية والفنية والتحريرية في مؤسسة صحفية ما.

كذلك فإن المشكلات التي تواجه مدير (إذاعة أو تلفزيون) ليست مثل مشكلات مصنع إطارات أو مزرعة؛ إذ إنها مشكلات من نوع خاص، تحتاج إلى المرونة والسرعة من قبل مدير مؤسسة إعلامية؛ ومن ثم فإن العملية الإدارية في المؤسسات الإعلامية ليست مجرد تسلح بقواعد العلم الإداري فحسب، بل إنها - علاوة على ذلك - تحتاج إلى مهارة خاصة في إدراك طبيعة الرسالة الإعلامية ونشرها، أي تسويقها.

المقصود بأهداف المؤسسة، ونموذج لها:

تلك النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهد أفرادها وإمكاناتها المتاحة، وعلى سبيل المثال، فإن محطة إذاعية في بلد نام تسيطر عليها الحكومة وتوجهها، وتهدف - في العادة - إلى ربط الإذاعة بالتنمية الشاملة للمجتمع، يمكن أن يكون لها جملة من الأهداف التالية:

- تحفيز الجمهور لتحريك البلد سياسياً تجاه وحدة وطنية.

- إثارة الجمهور ضد عدو خارجي.

- تحفيز جماعة من أجل نشاط تنموي ذاتي.

- ترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة، والإعلان عن أحداث مهمة تهم الجمهور.
- تعليم الجمهور؛ حيث يمكن أن تقدم برامج تعليمية غير رسمية فيما يتعلق بحقوق مهارات المعرفة أو حقول مهارات العمل.
- تغيير السلوك وخاصة بالنسبة للأماكن السكنية والريفية المعزولة.
- الترفيه والتسلية.

الأهداف الإستراتيجية هي:

النتائج المرغوب تحقيقها في فترة زمنية بعيدة تتجاوز 25 سنة، مصحوبة برغبات ونوايا تسعى لتوظيف الإمكانيات والقدرات المتاحة وغير المتاحة؛ للوصول إلى النتائج المطلوبة عبر خطوات محددة مسبقاً .. إذن نحن هنا بصدد الحديث عن الأهداف الإستراتيجية، والتي تعني بُعد مداها الزمني.

تدخل عملية صناعة وتكوين الأهداف في العديد من المراحل المهمة، والتي تعد في صميم العمل الإستراتيجي؛ حيث يتم - بدايةً - اختيار نوع الهدف المراد صناعته، وتحديد معالمه الأولى، والخطوط العريضة له، كأن يكون هدفاً سياسياً أو اقتصادياً أو عسكرياً على سبيل المثال لا الحصر؛ ومن ثم يتم وضع تقديرات - وليس تأكيدات - أولية لطبيعة الهدف ومتطلباته ومدته التقديرية، التي من الممكن أن يستغرقها الهدف الإستراتيجي، حسب ظروف البيئة الإستراتيجية المحيطة بالهدف، وعلى هذا الأساس تُبنى اللبنات الأولى للهدف الإستراتيجي داخل بوتقات عقل وذهن المفكر الإستراتيجي؛ ومن ثم يعمل هذا المفكر الإستراتيجي على قياس صلاحية الهدف، ومدى توافقه مع البيئة المحيطة داخلياً وخارجياً؛ بحيث يستطيع المفكر الإستراتيجي أن يعطي مخططاً بيانياً نظرياً لمسار الهدف الذي سوف يسلكه خلال عملية التنفيذ، بحيث يمكنه أن يوضح أن الهدف سوف يمر بالخطوة (أ) وبعد انتهائه من الخطوة (أ) ينتقل إلى الخطوة (ب)، ومن ثم (ج) و(د)، وإلى تحقيق الغاية النهائية للهدف، وتتم هذه العملية بعد الاطلاع الكامل والدقيق على طبيعة الإمكانيات المتاحة للدولة، وتحليل الدولة تحليلاً

إستراتيجياً دقيقاً، ومعرفة قدراتها الاقتصادية والعسكرية والسياسية، وطبيعة القوى الاجتماعية، والتهاusk الداخلي والموارد البشرية والموقع الجغرافي، وطبيعة العلاقات الإقليمية والهيكلية الدولية القائمة، وطبيعة القوى الفاعلة في النظام الدولي، وكل هذه الأمور تتوخى المعلومة الدقيقة والصحيحة، وكذلك التدفق المستمر لها، والذي يعد من أهم الأمور التي تدخل في صميم عملية التقويم الإستراتيجي للهدف.

وتصنف الأهداف الإستراتيجية من حيث الزمن إلى:

- أهداف إستراتيجية طويلة الأجل:

وهي أهداف لا يمكن تحقيقها بشكل فوري، وعلى سبيل المثال فإن هدف تغيير السلوك أو هدف التعليم لا يمكن أن يتم من خلال إذاعة برنامج أو اثنين في الإذاعة أو التلفزيون، أو نشر حلقة أو اثنتين في صحيفة .. فهو هدف إستراتيجي؛ لأنه من أهداف الإعلام طويلة الأجل، والتي تتحقق مع تراكمات الرسائل الإعلامية وتكرارها.

- أهداف تكتيكية أو قصيرة الأجل:

ولتحقيق الأهداف الإستراتيجية يتم - في العادة - التخطيط لتحقيق تلك الأهداف عبر أهداف قصيرة الأجل، والتي بتواليها واستمراريتها يمكن أن تحقق الهدف الإستراتيجي.

وفي مجال الإذاعة مثلاً يمكن أن تحقق بعض البرامج الغنائية والمنوعات أهدافاً آنية قصيرة الأجل، وهو هدف الترفيه، وقد تحقق برامج مثل نشرات الأخبار أهدافاً إعلامية آنية، إلا أن تحقيق أهداف إستراتيجية مثل تغيير السلوك أو التعليم أحوج ما يكون إلى برجة لخطط قصيرة تتكامل محصلتها النهائية في تحقيق الهدف الإستراتيجي الذي تهدف إليه تلك المؤسسات الإعلامية.

هناك أهداف إستراتيجية تصنع وتوجه نحو الداخل (داخل حدود ومنظومة الدولة)، وهناك أهداف تصنع وتكون لتوجه إلى خارج حدود الدولة (أي إلى المحيط الخارجي)، وقدر تعلق الأمر بالأهداف الداخلية.

يمكننا أن نقول إن صناعة الأهداف الإستراتيجية الداخلية تكون أنسب وأسهل نسبياً، ويكون فيها سهولة في التنفيذ والتقييم والتقويم والقياس؛ لأنها موجهة نحو بيئة إستراتيجية مسيطر عليها في أغلب الأحوال نسبياً، وأن حدوث تغيير في هذه البيئة يكون تحت السيطرة، ولا يؤدي إلى تشكيل خطر كبير على طبيعة الهدف الإستراتيجي، وكذلك أن يكون صانع الهدف الإستراتيجي ملماً أكثر ببيئته الداخلية، وعارفاً بالكثير من نقاط ضعفها وقوتها، وبفرصها وتهديداتها؛ لأن المفكر الإستراتيجي هنا يكون ابن بيئته، وعالماً ودارساً لها؛ وبالتالي يرسم معالم هدفه الداخلي نتيجة لمعطيات فكرية قد ترسخت في مخيلاته الفكرية؛ نتيجة لاحتكاكه المباشر بطبيعة البيئة الداخلية.

أما فيما يتعلق بصناعة الأهداف الخارجية والتي تبتغي أن تحقق مكاسب وأرباحاً خارج حدود المنظومة الداخلية، ويكون الفعل الإستراتيجي للهدف هنا موجهاً نحو الخارج؛ حيث تكون ذات صعوبة؛ لأن هذه الأهداف موجهة نحو بيئة غير مستقرة، وفي حالة تغير مستمر وسريع؛ مما يتطلب من المفكر الإستراتيجي أن يقيس جميع عوامل ومتغيرات البيئة الخارجية، وما تحويه من خطورة وفرص وتهديدات، وتشخيصه لمواطن القوة والضعف فيها، هذا من جانب، أما من جانب آخر، فإن المفكر الإستراتيجي في عملية صناعته للهدف الخارجي يتعامل ويتفاعل مع الكثير من المتغيرات والعوامل، كالدول والمنظمات، وغيرها من الوحدات الدولية التي لديها - في المقابل - أهدافها الخاصة، والتي تريد أن تحققها أيضاً، فيكون من الصعب في مكان أن تستوعب البيئة الدولية أهدافاً كثيرة تريد جميعها أن تنجح في ظل تنافس وصراع دولي شديد، وذلك على عكس البيئة الداخلية التي يتفاعل فيها الهدف الإستراتيجي مع عدد أقل من العوامل والمتغيرات، التي لا تضع الهدف في مراحل حرجة تجعل من عملية إنجازه أمراً في غاية الصعوبة، كما هو الحال مع الأهداف الخارجية.

قواعد صياغة الأهداف:

عند صياغة الأهداف يجب اتباع القواعد التالية:

أ- وضع أولويات التغيير، بتحديد المجالات التي سيتم فيها التحسين، من خلال مقارنة الأوضاع القائمة حالياً بالأوضاع المثالية؛ لاكتشاف الثغرات.

ب- وضع قائمة بالتحسينات المطلوبة؛ لكي يتحقق النجاح للإستراتيجية.

ج- تحديد مواطن القصور في أداء المنظمة بحسب أهميتها.

د- إعداد الأولويات لكل مجال يتطلب التطوير والتحسين ومقارنتها؛ بهدف التحكم في نجاح الإستراتيجية، ولا بد من توجيه قدر كبير من الوقت والجهد لضمان تماشي الأهداف السنوية مع الأهداف العامة، ويجب أن تكون الأهداف السنوية قابلة للقياس ومتجانسة ومعقولة، وتحمل التحدي الواضح، وأن يكون لها إطار زمني مناسب، وأن تكون صياغتها صياغة كمية تشغيلية.

هـ- وضع البرامج التنفيذية Programs: تعتبر البرامج خططاً تنفيذية، يتم تصميمها متضمنة مجموعة من الأنشطة؛ لتحقيق هدف معين، وينتهي البرنامج بمجرد تحقيق هذا الهدف، فالبرنامج خطة مؤقتة تستخدم لمرة واحدة.

ويهدف إعداد الخطط والبرامج التنفيذية إلى تحويل البيانات الخام التي تم جمعها، وتحديد عدد من الأمور والأولويات التي تتعلق بكل هدف، مع التأكيد على أن البرامج التنفيذية ينبغي أن تتضمن أموراً عدة، أهمها:

- طريقة التنفيذ.

- مؤشر الأداء.

- النتائج المتوقعة.

- مسئولية التنفيذ ومن سيؤدي العمل.

- تحديد المدة الزمنية للتنفيذ.

- التكلفة المتوقعة.

- المتابعة.

- المراجعة النهائية: وتحتاج هذه المرحلة إلى نظرة عملية، وقدرة على تحريك الموارد البشرية وغير البشرية، بطريقة منظمة ومرتبطة بعمل على تنفيذ الإستراتيجيات التي

وضعت في المرحلة السابقة، وأهم أسس نجاح هذه المرحلة هو تحقيق التكامل والتعاون بين الأنشطة والوحدات الإدارية المختلفة في المنظمة؛ لتنفيذ الإستراتيجيات بكفاءة وفعالية.

و- الميزانيات المالية Budgets: الميزانية هي خطة مالية تغطي فترة زمنية محددة، وهي توضح الكيفية التي يتم الحصول بموجبها على الأموال المطلوبة، وكيفية توزيعها على الاستخدامات المختلفة، ويتم وضع المخصصات المالية لكل هدف عن طريق تحديد ميزانيات وحدة النشاط المطلوب، ثم يتم إعداد الميزانيات في ظل المستوى الوظيفي ككل، مع مراعاة تحقيق التفاهم والترابط بين الميزانيات المختلفة، وامتزاج الأموال اللازمة إستراتيجياً وتشغيلياً.

ز- الإجراءات Procedures: هي سلسلة من المهام التي يتم تنفيذها من قبل عدة أشخاص بصورة متتالية أو متوازية:

- يجب وضع الإجراءات التي يكون لها حاجة حقيقية للمشروع، ومقارنتها من خلال التكاليف.

- أن يتم تصميمها بحيث تعكس أهداف الشركة وسياساتها، وتعمل على تحقيقها.

- يجب أن تكون واضحة ومفهومة من قبل من سيقوم باستخدامها.

- ينبغي المحافظة على التوازن بين ثبات الإجراءات ومرونتها، وإعادة النظر فيها من فترة لآخرى؛ حتى يتم تعديلها وفقاً للظروف المحيطة.

ح- البدائل الإستراتيجية: إن أي خطة إستراتيجية يمكن تحسينها، ولكن من الأسهل والأدعى إلى التنفيذ أن نسعى إلى التحسين في الخطط الحالية، بدلاً من أن نبدأ في خطة جديدة.

وتشير العبارة السابقة إلى ضرورة وضع البدائل الإستراتيجية، بحيث يتزامن مع وضع الغايات والأهداف، وتتوافق مع الظروف المتوقع حدوثها، وتأتي صياغة البدائل الإستراتيجية بعد الانتهاء من تحديد موقف وحدة الأعمال الإستراتيجية، وفق مجموعة

المتغيرات التي يعتقد المحلل الإستراتيجي أنها ذات تأثير واضح على المركز الحالي والمستقبلي لوحدة الأعمال الإستراتيجية، فيتم توليد مجموعة من البدائل الممكنة في ضوء المتغيرات القائمة والمتوقعة، والبدائل الإستراتيجية ترتبط بمستويات الإدارة المختلفة، ويمكننا القول إنه لا تكفي أن تكون قائمة الإستراتيجيات الموضوعة في تنسيق جيد وصياغة جذابة، فبالإضافة لذلك ينبغي وجود قائمة واضحة من التغيرات المحددة التي تستلزمها التغيرات المتوقعة.

إن رسالة المنظمة تحاول جعل الرؤية أكثر تحديداً، أما الأهداف فهي تعمل على جعل الرسالة أكثر تركيزاً.

الأهداف الإستراتيجية تتسم بالخصائص التالية:

إبراز الجوانب المالية وغير المالية.

وجود العديد من الأهداف والتي قد لا تكون متسقة مع بعضها البعض؛ فقد يكون لدى قيادة المنظمة هدف تخفيض التكلفة، مع إقامة علاقات طيبة مع العاملين؛ ولذا على الإدارة إقامة التوازن في مثل هذه المواقف.

- ولا يعني ذلك أن الأهداف يجب أن تكون غير واقعية حتى لا تؤدي إلى إلحاق الضرر بالمنظمة؛ لأن الهدف الذي لا يمكن الوصول إليه تتجاهله المنظمة.

- مع ملاحظة أن الأهداف تكون للمنظمة ككل؛ لذا يجب أن تكون مفهومة تماماً ومقبولة من الإدارات والأقسام، وتحدد ما يمكن للمنظمة ككل أن تحققه.

أنواع الأهداف:

أهداف داخلية: تستخدم كمرجع لإدارة أداء المنظمة، وتستخدم للتنسيق بين إدارات المنظمة.

أهداف خارجية External: تستخدم لتحديد ما هي العناصر الخارجية التي تؤيدها وتسعى إليها المنظمة، وما هي العناصر التي تعارضها، وهي موجهة كذلك للأطراف الأخرى ذات المصلحة؛ حيث قد تستخدم للتوضيح أو للدعم، أو للرقابة.

أهداف مفتوحة: توجهات عامة دون تحديد واضح للأهداف، وهي تلعب دور مجالات الأداء الرئيسة.

أهداف مغلقة:

وصف دقيق للنتائج المطلوبة.

 طريقة ترتيب الأهداف:

ترتب الأهداف بحيث يلزم إتمام الهدف الأول تمامًا، قبل البدء في تنفيذ الهدف الثاني (الأهداف عادة ما تكون مرتبطة ببعضها، وأن إتمام أحد الأهداف يؤدي بصورة أو أخرى إلى إنجاز بقية الأهداف).

 **طريقة النسب المئوية:**

يتم إعطاء كل هدف نسبة مئوية طبقاً لأهميته، وتختلف النسب المئوية المعطاة لكل هدف.

الأهداف التفصيلية:

خصائص الأهداف التفصيلية:

1- الموضوع (Subject): النتيجة المطلوب الوصول إليها (المحافظة على ... - منع أو تحاشي ... - إنجاز ... - إلغاء ...).

2- القياس (Measurement): وحدات القياس التي يمكن استخدامها لتحديد مدى الإنجاز.

3- الكمية (Quantity): المحصلة المطلوب تحقيقها من هذا الهدف.

4- الزمن (Time): الفترة الزمنية المطلوب فيها تحقيق الهدف.

5- المحددات (Conditions): الشروط التي تحكم تحقيق الهدف.

أهداف الإدارة في إطار الجودة الشاملة:

* التركيز على احتياجات السوق، والعمل على ترجمة هذه الاحتياجات إلى مواصفات قابلة للتنفيذ.

- * ابتكار مقاييس للأداء؛ لتحقيق أعلى كفاءة.
- * وضع إجراءات بسيطة لأداء الجودة.
- * زيادة القدرة التنافسية للمنظمة.
- * ضمان التحسين المتواصل الشامل لكل قطاعات ومستويات وفعاليات المنظمة.
- * زيادة كفاءة المنظمة في إرضاء العملاء والتفوق والتميز للعاملين.
- * زيادة الربحية، وتحسين اقتصاديات المنظمة.
- * متابعة وتطوير أدوات قياس أداء العمليات.
- * تدريب الموظفين على أسلوب تطوير العمليات.

نماذج تطبيقية لأهداف بعض المؤسسات الإعلامية المعلنّة:

نموذج 1:

قناة طيبة:

قناة سودانية تلفزيونية فضائية وأرضية، انطلق بثها من الخرطوم في يوليو 2008م، تقدم إعلامًا يؤكد على الهوية الإسلامية برؤية عصرية، وتعمل على دعم الهوية الإسلامية، ووحدة المجتمع، وترسيخ جذور السلام الاجتماعي برؤى إبداعية وأفكار وبرامج متميزة، وفقًا للمعايير والمواصفات المعتمدة إعلاميًا.

أهداف القناة:

- 1- ترسيخ ثوابت المجتمع وقيمه الإسلامية.
- 2- حمل راية المصطفى ﷺ في نشر الخير لشعوب المنطقة.
- 3- تقديم الحلول الناجحة لقضايا ومشاكل وهموم الشعب السوداني في شتى مجالات الحياة.
- 4- المساهمة في بناء مجتمع إيجابي متماسك.
- مساعدة الأسر لعيش حياة أفضل على هدي النبي عليه الصلاة والسلام.

نموذج 2:

فرانس 24 بالفرنسية (France 24):

وتعرف أحياناً بالعربية باسم فرنسا 24، هي قناة إخبارية دولية بدأت بثها يوم 6 ديسمبر، 2006، تستهدف القناة دول ما وراء البحار، وتشبه قناة BBCW نيوز، و DW-TV، و NHKW، وروسيا اليوم، تبث فرانس 24 برامجها عبر خدمة الكابل والأقمار الصناعية.

أهداف القناة:

تهدف القناة إلى تقديم الأخبار من وجهة نظر فرنسية، بشكل مغاير عن القنوات الناطقة بالإنجليزية كـ CNN، والجزيرة الإنجليزية، و BBCW نيوز، وتتنافس بشكل رئيس مع شبكة روسيا اليوم، وويل دوتشيه، و NHKW نيوز، كما تقوم بإجراء حوارات ثقافية إلى جانب بثها للأخبار .. النسخة العربية من فرانس 24 تتنافس بشكل رئيس مع قنوات الجزيرة، وروسيا اليوم.

نموذج 3:

قناة المجد الفضائية: شبكة قنوات فضائية سعودية متنوعة، ذات ضوابط شرعية إسلامية سنوية، بدأت بثها بتاريخ 6 نوفمبر 2002م = 1 رمضان 1423هـ، قنوات شبكة المجد الفضائية هي ثالث مشغل للتلفزيون المدفوع في العالم العربي بعد OSN- beIN.

الرسالة والأهداف:

تسعى شبكة المجد الفضائية إلى إبراز سماحة الإسلام، والدعوة إلى الخير، وتعزيز الانتماء للوطن والأمة العربية والإسلامية، والعناية بالطفل، والاهتمام بالشباب والفتيات والأسرة وتنمية الحياة الاجتماعية، وتلتزم شبكة المجد بالسياسات الإعلامية للمملكة العربية السعودية، وتسعى لتعزيز دور المواطن السعودي في شتى المجالات على المستوى المحلي والعربي والإسلامي.

كما تسعى شبكة المجد لتحقيق الأهداف التالية:

1. الدعوة إلى الخير والحث عليه؛ لبناء مجتمع يسوده التكافل والتراحم بين أفرادهِ.
2. تعزيز المنهج الوسطي في تناول شئون الحياة؛ حيث التوازن والشمول.
3. ترسيخ آلية متوازنة في التعامل مع مستجدات الحياة العصرية، ومنتجات التكنولوجيا ووسائل الاتصال.
4. العناية بالطفل، والتعاون مع الأسرة والمؤسسات التربوية؛ لتحقيق تنشئة سليمة ومثمرة لأجيال المستقبل.
5. الاهتمام بالشباب والفتيات، ومساعدتهم في وضع أسس ثابتة لبناء حياتهم ورسم مستقبلهم، مع التركيز على قيم العمل والإنتاج والعطاء.
6. العناية بالأسرة، وتنمية الحياة الاجتماعية، والمساهمة في معالجة مشكلات المجتمع بلغة إعلامية قديرة وحكيمة ومؤثرة.

نموذج 4:

قناة الجزيرة مباشر بالإنجليزية (Al-Jazeera Mubasher Al-'Ammah):

قناة ناطقة بالعربية تبث الأحداث مباشرة على مدار الساعة، تم إطلاقها في 14 أبريل 2005، وتهدف إلى التواصل مع متابعيها عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي (واتساب وتويتر وفيسبوك).

تنقل الجزيرة مباشر الأخبار والأحداث الحية، كالمؤتمرات الصحفية التي يعقدها رؤساء الدول ووزرائها، والندوات التي تقيمها الأحزاب السياسية، والأحداث الحية الأخرى في العالم.

هي الأولى من نوعها في العالم العربي.

الأهداف:

تهدف هذه القناة إلى تقديم برامج الأخبار والأحداث الحية؛ كالمؤتمرات والندوات الصحفية للمشاهد العربي، وتتناول مواضيع شتى في الأحداث العلمية والتاريخية والسياسية والفنية والفن على مدار الساعة.

وترمي هذه القناة إلى:

- تغطية المؤتمرات والأحداث المباشرة والقضايا ذات الاهتمام في جميع أنحاء العالم.
 - تأصيل العمل الإعلامي على أسس علمية منهجية.
 - تعميق الوعي بالإعلام ورسائله ودوره في مجالات الحياة المختلفة.
 - مواكبة التطورات الإعلامية المختلفة على المستويين النظري والتطبيقي.
- الفكرة والرؤية: جاءت فكرة هذه القناة من كون قناة الجزيرة قناة خدمة إخبارية تقدم الأحداث لحظة وقوعها.
- تنسجم رؤية قناة الجزيرة مباشر مع الرؤية العامة التي أرسنها شبكة الجزيرة، والتي تهدف إلى تقديم خدمة إعلامية، وتلتزم بميثاق الشرف الصحفي.
- تتضمن شاشة قناة الجزيرة مباشر خمسة أضلاع: المعلوماتية، التوعوية، الثقافية، الإخبارية، الأحداث اللحظية.
- * المعلوماتية:** تقديم معلومات جديدة للمشاهدين في المجالات المختلفة.
- * التوعوية:** المساهمة في إنماء الوعي الثقافي والحضاري للمشاهد، والمساهمة في تثبيت هويته الخاصة النابعة من ثقافته وتراثه والخلق الديني.
- * الثقافية:** رفع الوعي بالآخر، وما يدور حول الجمهور من عوالم وأفكار وسياسات وديانات وتطورات في هذا العالم سريع الحركة.
- * الإخبارية:** وهي الصياغة الإخبارية والجودة العالمية المطلوبة في تقديم خدمة إخبارية لحظة وقوعها.
- * الأحداث اللحظية:** وهي الارتقاء بمستوى مدى تغطية الأحداث، كالمؤتمرات والندوات لحظة حدوثها.

رابعاً: التقويم:

- 1- حدد أهداف اثنين من القنوات أو الإذاعات الناطقة بالعربية، وخصائص هذه الأهداف.
- 2- كيف تختلف أهداف قنوات فضائية طبقاً للجمهور المستهدف؟ دلل على أحد النماذج.
- 3- للأهداف التفصيلية خصائص، اذكرها مع الشرح.
- 4- طريقة ترتيب الأهداف هي: وعيوبها:
- 5- طريقة النسب المئوية في تحديد الأهداف هي: وعيوبها:
- 6- ما الفرق بين الأهداف المغلقة والأهداف المفتوحة؟
- 7- ما الفرق بين الأهداف الداخلية والأهداف الخارجية؟
- 8- ماذا تعني هذه المصطلحات؟:
 - أ- البدائل الإستراتيجية.
 - ب- الأهداف الإستراتيجية.
 - ت- الإدارة بالأهداف.
- ث- اذكر ثلاث قواعد لصياغة الأهداف مع التطبيق والشرح على أحد القنوات.
