

جامعة 8 ماي 1945

قـالـمـة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

فرع علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع

الموضوع

الرضا الوظيفي عند القائم بالاتصال إذاعة قالمة "نموذجاً"

إشراف الأستاذة:

عثمانية عبد القادر

إعداد الطلبة:

- عرفاوي صالح
- حضري إيمان
- بكوش سميرة

السنة الجامعية 2015/2016

دعاء

اللهم لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت، ولا باليأس إذا فشلت
وذكرني دائما بأن الفشل هو الخطوات التي تسبق النجاح
اللهم علمني أن التسامح هو أكبر مراتب القوة، وأن حب الانتقام هو أول مظاهر الضعف
يا ربي إذا جردتني من نعمة الصحة أترك لي نعمة الإيمان وا إذا جردتني من المال أترك لي
الأمل، وا إذا أسأت إلى الناس أعطني شجاعة الاعتذار، و إذا أساء الناس إلي اعطني

مقدرة الضعف

يا رب إذا نسيتك لا تنساني

آمين

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تشكرات

إن الحمد لله نشكره تعالى على توفيقه لإتمام هذا العمل، ونشكره تعالى لأنه علمنا أن

نشيد بأعمال أولئك الذين لهم فضل علينا

تتقدم بجزيل الشكر إلى كل الذين ساعدونا من قريب ومن بعيد على إتمام هذا العمل

وأخص بالذكر الأستاذ المشرف

"عثمانية عبد القادر"

وجميع الأساتذة الموظفين

بجامعة 08 ماي 1945

إهداء

إلى من قال **اللَّهُمَّ اقْرِبْهُمَا إِلَيَّ**...
سورة الإسراء، الآية 24

إلى من أوصاني بهما الرحمن حسنا... إلى بلسم روعي... رمز العطاء المستديم... إلى

من بث الله فيهما ينبوع الحنان وليس من عطفهما وحنانها اثنا

إلى المربي الفاضل الذي نسج لي طريق النجاح في حياتي إلى الذي أحاطني بالعطف

وكافح من أجل أن يراني بهذا المقام إلى أبي الغالي يرحمه الله ورفع درجته في الجنة

وحرّم عليه حر الآخرة يا كريم وأسقيه شربة هنيئة من يد نبيك وحبيبك محمد صلى الله

عليه وسلم

إلى من حملتني كرها على كره، ووضعتني في هذا الوجود وهنا على وهن فأوصاني بها

الرحمن حسنا وأوص بها الرسول صلى الله عليه وسلم فقال: ﴿أمك، ثم أمك، ثم أمك﴾

إلى التي رأني قلبها قبل عينها وحننتني أحضانها قبل يديها وسقنتني الحب في صغري

حتى أرتوت عروق جسدي إلى التي ربنتي أحسن تربية وأعانتني في إكمال دراستي

واهتمت بي في كل شؤوني، إلى أمي الحبيبة اللهم أرزقها طول العمر والصحة، أسأل الله

أن يعينني على برها

إلى إخوتي الأعمام الذين كانوا لي سندا وعونا كبيرهم وصغيرهم أسأل الله أن يبارك لي

فيهم ويرزقهم فرحة تسعد قلوبهم

إلى كل من شاركوني لحظات الحزن والفرح

إلى كل أصدقائي ولدي، عادل، عياد، الروج، إلخ

وخصوصا إلى من قاسماني هذا العمل وشاركاني فيه وكانا لي رفيقين طوال المشوار

الجامعي إلى أختاي وصديقتي الغاليتان "سمية إيمان"

صالح

إهداء

فَلَايَةَ تَهْلُ لَهُمْ مَا أَفَّ

إلى من نزلت في حقهما

رَهُمْ أَوْ قُلْ لَهُمْ مَا قَوْلًا دَرِيمًا ﴿١﴾ إلى النور الذي ينير لي درب الحياة إلى من علمني

الصمود مهما تغيرت الظروف وعاشت معي كل اللحظات ومازالت تمنحني لتراني في

المقدمات أُمي الغالية أطال الله في عمرك

إلى من تمنى أن يراني في أعلى المراتب إلى من علمني معنى الصبر والتحدي، من كان

رمز الحب والعطاء وفخري واعتزازي وقدوتي في الحياة، أبي العزيز أطال الله في عمرك

إلى من يضيئون النور في البيت ويساندوني في الحياة إخوتي "شاهيناز إلياس"

إلى نسمة الحياة ونسمة الوجود وضحكة الدنيا "عبد النور" إلى جدتي وكل الأعمام

والعمات والأخوال والخالات

وكذا أخص بالذكر من علمني كيف أحول الفشل إلى نجاح وأن لا مستحيل في سبيل

الراقي "أنيس"

سَمِيَّة

إهداء

فَلَايَةَ تَهْلُ لَهُمْ مَا أَفَّ

إلى من نزلت في حقهما

وَلَا تَنْهَرُهُمْ أَوْ قُلْ لَهُمْ مَا قَوْلًا دَرِيمًا ۗ إِلَى

النور الذي ينير لي درب الحياة إلى من علمني الصمود مهما تغيرت الظروف وعاشت
معي كل اللحظات ومازلت تمنحني لتراني في المقدمات "أمي الغالية" أطال الله في عمرك
إلى من تمنى أن يراني في أعلى المراتب إلى من علمني معنى الصبر والتحدي، من كان
رمز الحب والعطاء وفخري واعتزازي وقدوتي في الحياة "أبي العزيز" أطال الله في عمرك
إلى من يضيئون النور في البيت ويساندوني في الحياة إخوتي الأعراف الذين قاسمتهم

لحظات حياتي وشاركتهم في أوقات الحزن والسعادة

كما أتقدم بإهدائي إلى الأستاذ "عثمانية عبد القادر"

كما أهدي تحياتي أيضا إلى كل الموظفين

بالإذاعة الجهوية لولاية قالمة

إيمان

الدعاء

الإهداء

التشكرات

أ..... مقدمة

الفصل المنهجي:

- 4..... الاشكالية. -1
- 5..... الدراسات السابقة. -2
- 8..... فروض الدراسة. -3
- 9..... أهمية الدراسة. -4
- 10..... اسباب اختيار الموضوع. -5
- 10..... تحديد مصطلحات الدراسة. -6
- 17..... نوع الدراسة. -7
- 17..... ادوات جمع البيانات. -8
- 18..... منهج الدراسة. -9
- 18..... عينة البحث. -10

الفصل الثاني الرضا الوظيفي.

- 20..... تمهيد الفصل. -1
- 21..... مفهوم الرضا الوظيفي. -2
- 21..... أهمية الرضا الوظيفي. -3
- 24..... خصائص الرضا الوظيفي. -4
- 26..... مسببات الرضا الوظيفي. -5
- 27..... أبعاد الرضا الوظيفي. -6
- 30..... قياس الرضا الوظيفي. -7
- 32..... المقاربات النظرية. -8
- 35..... ديناميكية الرضا. -8

41..... خلاصة الفصل

الفصل الثاني القائم بالاتصال

43..... تمهيد

44..... 1- القائم بالاتصال في العملية الاتصالية

45..... 2- العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

47..... 3- علاقة العمل وضغوطه عند القائم بالاتصال

48..... 4- سوسولوجية القائم بالاتصال

51..... 5- شروط القائم بالاتصال

52..... 6- مهمة القائم بالاتصال في المؤسسة

53..... خلاصة الفصل

الفصل التطبيقي:

..... 1- الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال

..... 2- نتائج الدراسة

..... 3- التوصيات والاقتراحات

..... خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

ملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
13	الرضا حدوث الوظيفي.....	(1) كيفية
25	الرضا الوظيفي.....	(2) تمثيل خصائص الرضا
33	الرضا والاستياء.....	(3) وجهة نظر هرزبرج للعلاقة بين الرضا
37	الرضا الوظيفي).....	(4) تمثيل كيفية حدوث الرضا (ديناميكية الرضا
39	الرضا وفيلمان.....	(5) تمثيل نموذج الرضا الوظيفي لـ أرنولد

2- قائمة الجداول :

الصفحة	العنوان	الرقم
34	العاملين نظرية لهرزبرج.....	(1) تمثيل

مقدمة عامة

مقدمة:

قد بدأ الاهتمام بالرضا الوظيفي مع بداية القرن العشرين إذ يشير الكثير من الباحثين إلى أن العقول الثلاث الأولى هي البداية بالرغم من تعدد الدراسات التي تناولت الرضا الوظيفي إلا أنه مازال هناك اختلاف حول تحديد مفهوم له واضح ومحدد لكن إتفق الباحثين حول العناصر تفصيلية للإدارة لأنها تتلخص في عنصرين التنظيمي والبشري وهذا الأخير فيتعلق اهتمامه بالجانب الإنساني عن طريق تدريب المستمر للعاملين في المؤسسة بمختلف مجالاتها بصفة عامة واكتسابهم المهارات المناسبة لعملهم وتنمية الإحساس بالمسؤولية لديهم الثقة في أنفسهم على اتخاذ القرارات التي تقع ضمن نطاق صلاحيتهم إضافة إلى ذلك فإن تلبية احتياجات القائمين بالعمل الوظيفية والشخصية من شأنها تعزيز أواصر الألفة والانتماء لديهم نحو مؤسساتهم وبمثل العمل مطلب أساسي للفرد نظرا لما يقدمه من مزايا حيث يحقق له السعادة ويشبع حاجاته المختلفة ويشعره بذاته وقيماته وتحدد مكانته بالوظيفة وبالمنصب الذي يشغله ولهذا تزايد الاهتمام في المؤسسات بالعنصر البشري وتنمية سلوكه الإبداعي والبحث عن الدوافع المحفزة لديه لتكثيفها مع الجهد المبذول وتفعيل الأداء وقد أصبح الرضا الوظيفي من الأسباب المهمة التي تحقق الأداء الجيد واستمرار العطاء بشكل كافي وتحقيق الأمن النفسي والوظيفي وهذا ما يعكس الكمية والنوعية في العمل .

والرضا الوظيفي عند القائم بالعمل الإعلامي في الصحافة أصبح من الموضوعات التي تحظى باهتمام الباحثين والمفكرين وذلك ببحث الجوانب المختلفة لوسائل ومصادر الرضا لدى القائمين بالاتصال في الصحافة وقياس درجة رضاهم عن العمل وذلك لاعتبار القائم بالاتصال عنصر مهم في العملية الاتصالية لذلك وجب الاهتمام به من حيث الظروف العمل البيئية والمادية والمتمثلة في محتوى العمل نفسه ساعاته والأجر والمكافآت والتقدير والاحترام... الخ.

بالإضافة العلاقات الاجتماعية المتمثلة في العلاقات الإنسانية مع الصحفيين من جهة كحب الانتماء إلى جماعة العمل ومع الإدارة من جهة أخرى كالسلطة والإنجاز والمسؤولية فالدافع إلى العمل هو المقدار الذي يحققه الفرد من فوائد ومنافع التي يحصل عليها من وظيفته ويعود السبب الرئيسي إلى دراسة الرضا الوظيفي هو تزويد المديرين والجهات المسؤولة بالأراء والأفكار التي تساعد على تحسين اتجاهات العاملين نحو العمل .

وبمثل الرضا الوظيفي للعاملين حصيلة لمجموعة العوامل ذات صلة بالعمل والتي تقاس أساسا بقبو الفرد ذلك العمل بارتياح ورضا النفس وفعالية في الإنتاج الرسالة الإعلامية.

وسنحاول في دراستنا هذه أن نسلط الضوء على الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة معتمدين على خطة بحثية كالآتي حيث تناولنا في الفصل الأول الرضا الوظيفي وقسمناه إلى فصلين، الفصل الأول بعنوان الرضا

الوظيفي وتناولنا فيه ستة مباحث المبحث الأول تحدثنا فيه عن أهمية وخصائص الرضا الوظيفي، والمبحث الثاني مسببات الرضا الوظيفي، المبحث الثالث قياس الرضا الوظيفي للأفراد العاملين أما الرابع فقد تطرقنا فيه إلى المقاربات النظرية (نظرية العاملين لهرزبرج) أما المبحث الخامس فقد تناولنا فيه ديناميكية الرضا الوظيفي (كيف يحدث الرضا الوظيفي) والمبحث الأخير للفصل الأول فهو يشمل عوامل هذا الرضا.

أما الفصل الثاني كان بعنوان القائم بالاتصال في الصحافة فقد اشتمل على أربعة مباحث المبحث الأول تضمن القائم بالاتصال في العملية الاتصالية والمبحث الثاني فتضمن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال والمبحث الثالث سوسيولوجية القائم بالاتصال أما المبحث الرابع فقد تناولنا فيه شروط ومهام القائم بالاتصال في الصحافة.

الفصل المنهجي

1- الإشكالية:

تعتبر الموارد البشرية من أهم المداخلات التي تؤثر على المؤسسة لذا تسعى المؤسسات إلى تحقيق وتسخير حل مجهوداتها وبمختلف وسائلها، من أجل تعزيز رضا القائمين بالاتصال فيها وقد أثبتت بعض التجارب والدراسات أن الكثير من المؤسسات المتطورة والناجحة كان سبب تفوقها راجع إلى إدارة متطورة تتم بمصالح الموظفين ومشاكلهم وتستخدم أحدث التقنيات والأساليب البارزة في هذا الميدان، من أجل تحسين رضا القائمين بالاتصال فيها والرفع من أدائهم وتوفير مناخ تنظيمي للعمل ذلك لأن الرضا الوظيفي هو الذي يدفع بالفرد إلى القيام بعمله وأتقناه، في حين يشهد العالم اليوم تغيرات جذرية وعميقة خاصة مع موجة العولمة وما تتطلبه المنافسة في شتى مجالاتها من فعالية وكفاءة وترشيد واستخدام أمثل لكل الموارد البشرية للتنظيم وهذا ما يلاحظ على واقع المؤسسات الإعلامية المختلفة في دول العالم الثالث فهو ليس بمعزل عن هذه التغيرات والتطورات المستجدة والمتنامية ومن ثم قد صار هذا الواقع المتجدد يعج بظواهر حمة كالإضرابات والتوقف عن العمل والغيابات والنزعات ومختلف الأساليب الاحتجاجية التي تعبر عن عدم الرضا فوجود أي مؤسسة باختلاف مجالاتها وخصوصا الإعلامية فهو مرتبط أساسا بتحقيق أهدافها التي أقرها المجتمع وعدم امتلاك أفرادها لدرجة عالية من الرضا عن العمل سيعكس سلبا على تحقيق هاته الأهداف إذ أن تلبية احتياجات القائمين بالاتصال وكذا تحسين ظروف العمل ورفع الروح المعنوية ينمي لديهم الشعور بالارتياح والرضا اتجاه العمل وتحقق أفضل مستوى من التكيف والانسجام مع متطلبات العمل وهذا ما نادت به مدرسة العلاقات الإنسانية في مطلع القرن العشرين إذ أولت النواحي الإنسانية اهتماما كبيرا للعاملين وعلى ضوء التطور والتحديد وكذا السبق الإعلامي التي تسعى إليه كل المؤسسات الإذاعية ومن أجل النهوض بها ورفع مستواها إذ يبقى بالاتصال هو أهم حلقة في العملية الاتصالية والعنصر الأساسي فيها داخليا وخارجيا من خلال توفره على عنصر الرضا عن جميع جوانب المؤسسة بما فيها من أجور، ترقية، علاقات مع الزملاء، ساهم في تحسين وتحديد أدائه المهني بالإضافة إلى العلاقات الاجتماعية المتمثلة في العلاقات الإنسانية مع الصحفيين من جهة كحب الانتماء إلى جماعة العمل ومع الإدارة من جهة أخرى كالسلطة والإنجاز والمسؤولية والدافع إلى العمل هو المقدر الذي يحققه الفرد من فوائد ومنافع التي يحصل عليها من وظيفته إذا خرج وهو مزود بحاجاته وطموحاته ومن هنا نجد مشكلة البحث في دراسة الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وتحدد في السؤال التالي:

هل القائم بالاتصال راضي عن عمله؟

2- الدراسات السابقة:

دراسة حسن محمد احمد "الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية دراسة ميدانية في قطاع غزة 2007.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية في قطاع غزة وذلك بقياس مستوى الرضا الوظيفي لديه طبقا للمتغيرات الديموغرافية حيث تكون مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحافة الفلسطينية في قطاع غزة وقد استخدم في الدراسة منهج المسح الشامل من خلال أداة استبيان والملاحظة بالمشاركة حيث توصلنا لدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- أن مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية بلغ 59.6% وهي نسبة سلبية بحيث حظيت أعلى نسبة للرضا الوظيفي في مجال العوامل الذاتية ثم العلاقة مع رؤساء العمل في مجال العوامل المهنية.
- 2- بينت الدراسة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الوظيفي تبعا لمتغير المؤهل العلمي، أو متغير النوع في فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور
- 3- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغيرات ملكية الصحف ومتغير الانتماء السياسي ومتغير العمر في بعض المجالات. (1)

دراسة عبد العزيز بن علي المقوشي : دراسة تناولت العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين السعوديين في المؤسسات الصحفية يسعى فيها إلى معرفة أبرز المحاور المحددة للرضا الوظيفي عند الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية السعودية والتعرف على العلاقة بين مستوى الرضا الوظيفي لديهم ومستوى إجادتهم للفنون الصحفية وكذلك معرفة مدى اختلاف المؤسسات الصحفية السعودية في درجة الرضا الوظيفي لدى صحفيها وتوصلت هذه الدراسة التي شملت 200 صحفيا إلى عدة نتائج أهمها أنه لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين الصحفيين والصحفيات في معظم محاور الرضا الوظيفي وفي الدوافع الذاتية تقدير المؤسسة، الاستمرار في العمل الانحياز في العمل ، الدخل تقدير المجتمع التطلع إلى مستقبل الصحفي المسؤولية اتجاه العمل والأمن الوظيفي إلا أن متوسط رضا الوظيفي إلا أن متوسط رضا الصحفيين اختلف عن متوسط رضا الصحفيات في محور الروتين في العمل

(1): المطيري عبد الرحمان: الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الصحافة السعودية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، ص38.

الفصل المنهجي

الذي شكاه منه الصحفيون بدرجة أكبر من صحفيات لكن الدراسة كشفت وجود اختلافات دالة في المستوى الرضا الوظيفي بين صحفيي المؤسسات الصحفية المدروس (1)

دراسة بطرس جرجس الحلاق: بعنوان العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية (1999)

استهدفت الدراسة على مدى القائمين بالاتصال عن وظائفهم والعوامل المؤثرة فيه بالوسائل الإعلام المختلفة . حيث أجريت الدراسة على عينة من 177 على العاملين بمهنة الصحافة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

هناك علاقة ايجابية بين كل من الانجاز وتحقيق الذات وتميز العمل فرص الترقى العلاقة بالزملاء نظم الاتصال بالمؤسسة مصداقية الوسيلة الإعلامية من ناحية والرضا الوظيفي من ناحية أخرى (2)

دراسة مرعي مذكور بعنوان الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين (2003)

استهدفت الدراسة قياس الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال العاملين بوسيلة الإعلامية بعينها مما أتاح فرصة للاهتمام بفئات معينة من الإعلاميين أجريت الدراسة على عينة من 163 صحفيا العاملين بقطاع الصحافة بمصر توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- هناك علاقة بين النوع والحالة الاجتماعية من ناحية وبين الرضا الوظيفي في العام للمبحوثين من ناحية أخرى.
- بينما لم يثبت وجود علاقة بين متغير السن والمستوى التعليمي من ناحية الرضا الوظيفي للمبحوثين من ناحية أخرى . (3)

دراسة نجوى الفوال بعنوان قراءة في دراسات القائم بالاتصال 1995 .

استهدفت الدراسة تحليل البحوث التي تناولت القائمين بالاتصال بصفة عامة من حيث خصائصهم المهنية والمجتمعية والضغوط التي يتعرض لها في البيئة العمل الإعلامي وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

(1): المرجع نفسه، ص 39.

(2): جرجس الحلاق: العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 1999 .

(3) مرعي مذكور: الرضا المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، 2003.

• رصد البدايات الأولى لدراسات القائم بالاتصال في كل من المكتبة الأجنبية والمكتبة العربية بصفة عامة وكذلك بداية الاهتمام بدراسات التوجه المهني الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال بصفة عامة .

• كما استخدمت غالبية هذه الدراسات في المجتمعات الغربية المختلفة وبين أوضاع في العالم العربي و العالم النامي نجد أن الدراسات العربية لا تزال تعاني من ندرة شديدة في هذا المجال. (1)

دراسة لمياء البحيري في 2002: بعنوان العوامل المؤثرة في الرضا المهني للقائم بالاتصال في مجالات الأطفال المصرية . توصلت هذه الدراسة إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوث (ذكر أو أنثى) كمتغير مستقل وبين كل من المتغيرات الوسطية التالية والرضا المهني كمتغير تابع، أسباب اختيار العمل في مجالات الأطفال المصرية ومزايا وعيوب العمل فيها، علاقة القائم بالاتصال لكل من الرئيس المباشر زملاء العمل وجمهور الأطفال الالتحاق بالدورات التدريبية وتوفير تكنولوجيا الاتصال والضغط التي تواجه القائم بالاتصال في تلك المجالات كما تشير الدراسة إلى أن الذكور أكثر رضا من الإناث في اختيار مهنة العمل بمجالات الأطفال وعدم وجود علاقة دالة إحصائية بين سن المبحوث كمتغير مستقل والرضا المهني كمتغير تابع كما دلت على أن الذين امضوا مدة عمل أطول في مجالات الأطفال أكثر اقتناعا بمعقولية العائد المادي ومناسبته للجهد المبذول وأقل شكوى من ضعف الأجر. (2)

(1): نجوى الفوال:قراءة في دراسات القائم بالاتصال، كلية الإعلام، القاهرة، 1995.

(2): عصام أنيس، عبد المجيد زكي: الوسائل السمعية المرئية، القاهرة، 2003/2004.

3- فروض الدراسة :

إذا كانت نظرة الفرد للعوامل الدافعية

(الإنجاز أو التحصيل والتقدير العمل نفسه، المسؤولية التقدم والترقية) ايجابية سيشعر بالرضا الوظيفي .

إذا كانت نظرة الفرد للعوامل الوقائية

(سياسات الشركة وإدارتها، الإشراف الفني، الأجر، العلاقات الشخصية، المشرف، ظروف العمل) سلبية سيشعر

بعدم الرضا الوظيفي .

4- أهمية الدراسة :

- تعني هذه الدراسة بالقائم بالاتصال الذي هو جوهر العملية الاتصالية
- دراسة ظروف وتوجهات وأراء القائمين بالاتصال حول الرضا الوظيفي .
- الكشف عن العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال وظروف عملهم .
- التعرف على سمات والخصائص العامة التي تميز القائمين بالاتصال في الإذاعة ولمعرفة نوعية العلاقات القائمة بينهم وبين المرؤوسين.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو:

- معرفة مدى الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة ورصد كل العوامل المؤثرة على رضاه عن العمل كصحفي.
- قياس نسبة الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة.
- التعرف على المقترحات والبدائل والحلول لتحقيق الرضا الوظيفي.
- التعرف على الخصائص والسمات والخصائص العامة التي تميز القائمين بالاتصال في الصحافة.
- رصد العوامل المؤثرة على الأداء القائمين بالاتصال لعمالهم ولنوعية العلاقة القائمة بين القائم بالاتصال والرؤساء.
- الأسباب المؤدية إلى تشكيل عوامل الرضا الوظيفي بتقدير القائمين بالاتصال في الصحافة
- الصعوبات أو المشاكل التي يتعرض لها القائمين بالاتصال في الصحافة.

5- أسباب اختيار الموضوع :

- اهتمت الكثير من الأبحاث والدراسات الإعلامية العربية بموضوع الرضا الوظيفي والقائم بالاتصال لما له من أهمية كبيرة في العملية الاتصالية، لكن رغم ذلك لم يحظ هذا الموضوع باهتمام كبير في حقل الدراسات الإعلامية في الجزائر إذ تحاول هذه الدراسات فهم العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي .
- في الوقت الذي ركزت فيه العديد من الدراسات الإعلامية على تأثير المادة الصحفية على المتلقي فإنه لم تجرى إلا دراسات قليلة جدا على القائمين بإنتاج الرسالة الإعلامية في الجزائر وتوجهاتهم وأدوارهم في إنتاج المادة الإعلامية.
- معرفة مدى الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحافة باعتبار أن العنصر البشري يعتبر عنصر مهم فعال في النظام الاتصالي وكذا معرفة كل المعوقات والمشاكل التي يتعرضون إليها.

6- تحديد مصطلحات الدراسة:

إن تحديد المصطلحات والمفاهيم هو جزء من تحديد المشكلة علاوة على أنه يجعل ما يقرر الباحث مفهوما على نحو واحد لدى جميع المطلعين عليها وكلما كانت المفاهيم متسمة بالدقة والوضوح سهل على القراء الذين يتبعون البحث إدراك المعاني و الأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها دون أن يختلفوا فيما يهدف إليه فالغرض من تعريف المصطلحات هو تجنب أي لبس في المعنى بحيث تعبر عن مضمون الكلمة اللفظية الأجنبية كانت أم عربية وهي أيضا تعتبر محور المنهج العلمي التي تقوم عليه المعارف المختلفة

ومصطلحات دراستنا تتمثل في:

❖ التعريف الإجرائي للرضا الوظيفي

هو مجموعة من المشاعر والأحاسيس التي تلخص حالة السعادة من جراء العمل في المؤسسة الإعلامية مما يساعد على تحقيق الرضا الوظيفي عند القائمين بالاتصال.

❖ تعريف الرضا الوظيفي:

- يعرفه التراث الأمريكي بأنه تحقيق وإشباع رغبة أو حاجة أو ميول.
- المعجم السلوكي ولمان : يعرفه على انه حالة السرور لدى الكائن العضوي عندما يحقق هدفه وميولاته الدافعية السائدة. (1)

- عرفه الرفاعي: الرضا الوظيفي على انه ذلك الحماس لدى العمال نحو العمل الذي ينبع من قوة داخلية قائمة من الشعور الداخلي لدى العمال، حيث يمكن إرجاع هذا الشعور إلى ثلاث جهات العلاقة بين العمل وموقفه من عمله والعلاقة بين العامل والإدارة والعلاقة بين العامل وزملائه

- عرفه عبد الخالق : بأنه الحالة التي يتكامل معها الفرد مع وظيفته وعمله فيصبح إنسانا تعرقه الوظيفة ويتفاعل معها من خلال طموحه الوظيفي ورغبته في النمو والطموح في التقدم، وتحقيق أهدافه الاجتماعية من خلالها ويمكن تسمية هذا الشخص بالمتكامل، وهذا الشخص يختلف عن نوعين آخرين هما :

1- الشخص الغير متكامل وهو الذي ينظر إلى عمله على انه وسيلة يسعى من خلالها إلى تحقيق أهدافه المهنية دون اهتمام بتنمية مسؤولياته أو تحقيق استقلالية.

2- الشخص المحايد الذي يكون ارتباطه بوظيفته وعمله بالقدر الذي يجنبه المساءلة والمسؤولية.

أما شلول : فيعرف الرضا الوظيفي بأنه ذلك الشعور النفسي بالقناعة والسرور والارتياح، والذي يستمده الموظف من وظيفته، وجماعة العمل (رؤساء، زملاء، مرؤوسين) وما توفره له هذه الوظيفة من مزايا مادية ومعنوية، واستقرار، ومن الإدارة المباشرة (الإشراف) ومن فرص النمو المهني والتقدم الوظيفي

ويذكر فروم أن الرضا الوظيفي هو شعور الشخص نحو وظيفته أو عمله فالشعور الايجابي يتبعه الرضا الوظيفي، بينما الشعور السلبي يتبعه عدم الرضا الوظيفي. (2)

ومن خلال التعارف السابقة نستخلص التعريف الشامل لرضا الوظيفي:

الرضا الوظيفي: هو الدرجة الكلية التي يشعر فيها الفرد بإشباع حاجاته النفسية، بحيث يكون ممثلاً لقدراته وميوله مما يؤدي إلى احترام الفرد لذاته ولغيره ويؤدي إلى عقد علاقات اجتماعية متينة مع زملائه والرؤساء وينتج عنه انبثاق الحماس في نفسه ويبعد عنه التهديد الذي قد يؤدي إلى المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية.

(1): سالم تسير شرايدة : الرضا الوظيفي، دار الصفاء لطباعة والنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2008، ص 63 .

(2): المرجع نفسه، ص 65

الفصل المنهجي

- يعرفه **lock** الرضا الوظيفي حالة عاطفية انفعالية ايجابية أو سارة ناشئة عن العمل الفرد أو خبرته العملية، وينتج الرضا الوظيفي من إدراك الفرد لإلى أي مدى يوفر العمل تلك الأشياء التي يعتبرها هامة .
- ويعرفه **hoppok** على انه رضا الفرد عن العمل يتوقف على المدى الذي يحدد فيه منفذا مناسبة لقدراته وميوله وسمات شخصية وقيمه، كما يتوقف أيضا على موقفه العملي وعلى طريقة الحياة التي يستطيع بها أن يلعب الدور الذي يتمشى مع نموه وخبراته
- إن الرضا الوظيفي يتمثل في مشاعر الفرد الحسنة والسيئة التي يشعر بها حول المتغيرات المادية والمعنوية التي تتعلق بالعمل نفسه والبيئية المحيطة به، وهذه المتغيرات إما أن تكون عوامل دافعة تسبب الشعور بالرضا عن العمل أو عوامل صحية تسبب الشعور بالاستياء الشديد في العمل.(1)
- ويمكن النظر لرضا الوظيفي عن طريق القيم الايجابية التي يحققها العمل للفرد، فإذا كان الفرد راض عن كل شي فإن ذلك يعني أن هذا الشيء قد حقق له قيمة ايجابية .
- إن الرضا الوظيفي هو مجموعة المشاعر الايجابية والسلبية اتجاه ما تقدمه الوظيفة للعامل من مزايا مادية ونفسية واجتماعية مقارنة بما يتوقعه هذا العامل منها، مما يترك ملموس على مستوى أداء العامل وإنتاجه العمل، الرضا الوظيفي هو محصلة الاتجاهات الخاصة نحو مختلف عناصر العمل أو الوظيفة وتتلخص عناصر العمل أو الوظيفة فيما يلي :
- الجوانب المتعلقة بسياسة الإدارة في تنظيم العمل.
- توفير ظروف العمل المناسبة والملائمة.
- نوعية الإشراف.
- العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين.
- الرواتب والأجور والمكافآت المادية.
- فرص الترقية والتقدم في العمل.
- مسؤوليات العمل.
- الأمان في العمل.
- المكانة والتقدير والاعتراف.

(1): محمد أحمد سليمان، سوسن عبد الفتاح ، الرضا الوظيفي وقيم الأعمال ، ناشرون وموزعون ، ط2، 2011، ص 139

وفي ضوء ما سبق يتضح أن مفهوم الرضا الوظيفي يتضمن الأبعاد التالية:

أ- هناك ارتباط مباشر بين درجة الرضا الوظيفي للفرد وبين قدراته وميولاته وسماته الشخصية.
ب- إن الرضا الوظيفي ما هو إلا انعكاس لمشاعر فردية (إيجابية ، سلبية) اتجاه متغيرات المادية والمعنوية المرتبطة بالوظيفة. (1)

ت- تقاس درجة الرضا الوظيفي للفرد بالفرق توقعاته من الوظيفة وما يحصل عليه فعلا من نفس الوظيفة.

- يعرفه الحسيني نيل: على انه الحالة الشخصية للفرد والتي تعبر عن مدى قبوله العام لمجموعة العوامل الوظيفية المحيطة ببيئة العمل. (2)

من خلال التعاريف السابقة يمكن الخروج ببعض الملاحظات ويمكن للنظر لرضا الوظيفي بمنظورين مختلفين هما :

أ- **المنظور العاطفي:** هو أن الرضا الوظيفي سند إلى العاطفة الايجابية الكلية أو الحالة المزاجية أو المشاعر الايجابية التي تكونها الوظيفة لدى الأفراد، وبذلك فإن الدرجة المسجلة على مقياس الرضا الوظيفي تعكس أساس الحالة العاطفية للفرد.

ب- **المنظور الإدراكي:** يقر بأن الرضا الوظيفي يستند إلى التقييم المهني والعقلاني ولذلك أن الدرجات المسجلة على المقياس تعكس إدراك وتقييم الفرد لوظيفته .

يمكن وضع كيفية لحدوث الرضا الوظيفي والمتمثلة في: (3)

1- **الحاجات :** لكل فرد حاجات يسعى إلى إشباعها، وبعد العمل أكثر مصدر هذا الإشباع إتاحة .

2- **الدافعية :** تولد الحاجات قدرا من الدافعية تحت الفرد وتوجه نحو المصدر المتوقع إشباع تلك الحاجات من خلالها .

3- **الأداء :** تتحول الدافعية إلى أداء تنشط الفرد وبوجه خاص في عمله، اعتقادا منه أن هذا الأداء وسيلة لإشباع حاجات الفرد .

4- **الإشباع :** يؤدي الأداء الفعال إلى إشباع حاجات الفرد .

الرضا : إن بلوغ الفرد مرحلة الإشباع من خلال الأداء الكفاء في عمله يجعله راضيا عن العمل باعتباره الوسيلة التي سند من خلالها إشباع حاجاته .

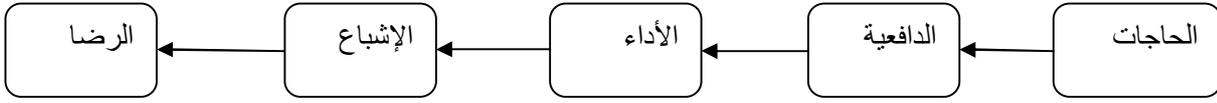
(1) :محمد إسماعيل: الرضا الوظيفي والقيادة الفعالة، 2007، 12:20 ،

[Www.hrdiscason.com/hr131.html](http://www.hrdiscason.com/hr131.html)

(2):محمد أحمد سليمان، سوسن عبد الفتاح وهي: رضا والولاء الوظيفي، قيم إحتلاقات الأعمال، ط2، 2011.

(3) : ظريف شوقي وآخرون ،السلوك القيادي وفعالية الإدارة ، دار عربية للنشر والتوزيع ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط 1، مصر ، 2007 ، ص 325 .

الشكل رقم (1): كيفية حدوث الرضا الوظيفي.



الشكل رقم: 1 يمثل كيفية حدوث الرضا الوظيفي

التعريف الإجرائي للقائم بالاتصال:

المقصود بالقائم بالاتصال هو المحرر والمراسل وكاتب العمود الصحفي، أي القوة العامة في مؤسسة إعلامية أو مجموعة الأشخاص التي تسهم في تجميع ومعالجة الأخبار وصناعة الرسالة الإعلامية وهذا التعريف بطبيعة الحال يقصي العمال الآخرين مثل المصورين والفنيين والمكتبيين وغيرهم من الذين قد يساعدون القائم بالاتصال.

تعريف القائم بالاتصال:

تقدم تعريفات لبعض الباحثين القائمين بالاتصال، انطلاقاً من أنه يعتبر جزءاً مهماً في عملية جمع انتقاء ونشر الأخبار وسوف نشرح ذلك من خلال القائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية.

تشير المقولة الكلاسيكية لعلم الاجتماع الأمريكي هارولد لاسويل من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثير؟

للأهمية المتساوية لمجالات البحثية الخمس في العملية الاتصالية أي أن القائم بالاتصال وهو عنصر من؟ في نموذج لاسويل يعتبر جزءاً مهماً ولا غنى عنه في العملية الاتصالية إلا أن الباحثين أهملوا حتى وقت قريب جداً دراسة القائم بالاتصال خاصة في الدول النامية .

تعريف القائم بالاتصال

إن للقائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي له أهمية كبيرة ودوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسالة الإعلامية في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دوراً أساسياً في تحديد نتائج عملية الإقناع.⁽¹⁾

(1) : جيهان أحمد رشدي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1985 ، ص 293 .

يعرفه محمد عبد الحميد : القائم بالاتصال انه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات و قد لا يكون مصدرها، وقد يكون مصدرها فرد آخر كما يظهر واضحا في عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى للجمهور

وهو يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيرا إل كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو المواقع .

- ويعرف القائم بالاتصال في الصحافة بأنه: احد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من محررين ومصورين ورسامين وأيضا متخصصين بالإخراج وحيث يتخذون الصحافة مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف.(1)

ومن هنا يمكن القول بأن القائم بالاتصال هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر عبر الوسيلة الإعلامية أو أي فرد آخر له علاقة تسيير أو مراقبة أو نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسيلة الإعلامية.

ورغم أن القائم بالاتصال يعد من وجهة نظر الكثير من الباحثين من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الاتصال الجماهيري خاصة في مجال الصحافة مما يستلزم الاهتمام لهذا العنصر وفي شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة والإخبارية بصفة خاصة.(2)

(1) : محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتاب، 1997، ص ص 25 91 .

(2) : عادل فهمي البيومي: البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 1991 ، ص 7 .

7- نوع الدراسة:

تتبع هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما تمتد إلى تصنيف البيانات و الحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص دلالات ونتائج مفيدة منها. وهدف هذا النوع من الدراسات هو الحصول على المعلومات كافية ودقيقة عن موضوع الدراسة كما هو في حيز الواقع، أي هي وصف ما هو موجود في الواقع من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء الدراسة دون التدخل في بحث الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة المدروسة في هذه الوضعية أو تلك وفقاً لهذا فإن الدراسة تهدف إلى محاولة تحليل وتفسير المتغيرات والعوامل لدى عينة الدراسة "القائم بالاتصال" وكذا كل العوامل الداخلية والخارجية ومعرفة مدى رضا الوظيفي للقائم بالاتصال حسب عينة الدراسة.

8- أدوات جمع البيانات:

الاستمارة:

هي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بمقارنات رقمية. وقد تم بناء وثيقة الأسئلة من خلال المفاهيم والمتغيرات الدراسية وبعض الأدبيات المتوفرة عن موضوع الرضا الوظيفي وإضافة إلى بعض الاستفسارات من بعض القائمين بالاتصال حتى تكون الاستمارة أكثر دقة وملائمة. وقد تكونت الاستمارة من 19 سؤال خصصنا (04) أسئلة للبيانات الشخصية من الجزء الأول فيما خصص الجزء الثاني للعوامل الوقائية للرضا الوظيفي في العمل والتي تتضمن على (07) أسئلة، أما الجزء الثالث خصص للعوامل الدافعية للرضا الوظيفي للعمل والذي تضمن على (08) أسئلة وتم توزيع الاستمارة على عينة مكونة من 20 قائم بالاتصال على مستوى إذاعة قالمة الجهوية بتاريخ 2016/04/26 وتم استرجاع كل الاستمارات من المبحوثين بتاريخ 2016/04/27 .

9- منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق إليها وبذلك فقد عرف المنهج بأنه: الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة بحثه أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث

فالمنهج إذن هو الطريقة المتبعة للإجابة على الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث كما أن اختيارها لا يأتي من قبيل الصدفة أو لميل أو لرغبة الباحث لمنهج دون الآخر بل إن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان المنهج المناسب.

بما أن دراستنا تنتمي إلى الدراسات الوصفية فقد اعتمدنا على المنهج المسحي باعتباره أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية وباعتباره الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك .

10- عينة البحث:

تتمثل عينة الدراسة في القائمين بالاتصال في إذاعة قالمة الجهوية والذي يبلغ عددهم 20 مفردة تتراوح أعمارهم ما بين (25 سنة إلى 60 سنة) متزوجين وغير متزوجين يحملون مختلف المؤهلات العلمية والمراتب الوظيفية.

الفصل الأول

الرضا الوظيفي

يعتبر مفهوم الرضا الوظيفي من أكثر المفاهيم علم النفس التنظيمي غموضاً، ذلك لأنه حالة انفعالية يصعب قياسها ودراساتها بكل موضوعية ولعل غموض هذا المفهوم هو الذي أدى إلى ظهور المئات من البحوث والدراسات المتناولة له ومن أسباب تعدد الدراسات في هذا الموضوع أيضاً عدم اتفاق الباحثين على تعريف دقيق للرضا الوظيفي عن العمل ومهما يكن فإن أي دراسة جديدة لموضوع الرضا الوظيفي في محيط العمل لا يمكن أن تتجاهل النسق الاجتماعي والاقتصادي الذي تنشط فيه المنظمة ذلك إلى سخط عن المحيط العمل بأبعاده المختلفة يؤدي إلى سخط نفسه مما يؤدي على إحساس بالاغتراب والاحتقار وعدم الانتماء والولاء.

ويرى بورترو كولو: بأن الرضا الوظيفي للفرد في المنظمة له علاقة وطيدة بكيفية إدراكه للجزاء الذي يتلقاه فإن كان يرى بأن الجزء الذي يتلقاه مساوي أو يفوق الجزء المساوي (المقارن) فإن هذا الفرد يكون راضياً وإذا كان يرى بأن جزاءه أقل من الجزء المساوي أو المفروض فإنه يكون غير راضٍ وكلما كان الفرق في القيمة الجزاء المفروض والجزاء المساوي المفروض كبير فإن الرضا يكون كبير أيضاً .

ولأهمية الموضوع باعتباره يتناول مشاعر وظروف الفرد العامل والصحفي في اتجاه العمل الذي يؤديه وظروف

العمل المحيطة به والعوامل المؤثرة عليه فسوف نتطرق في هذا الفصل إلى :

1- مفهوم الرضا الوظيفي

أثار موضوع الرضا الوظيفي اهتمام الباحثين والمفكرين في حقل الادرات والمؤسسات بجميع مجالاتها ذلك لأن العامل البشري هو المحور الحقيقي له كما انه احد المؤشرات الدالة على مستوى كفاءة العاملين وبلوغهم مستوى الانجاز المطلوب وقف لإمكانيات المتاحة ويعد الرضا الوظيفي من أهم الموضوعات التي استحوذت على اهتمام الباحثين والدارسين في مجال المؤسسات ولدى القائمين بالاتصال في الصحافة لما لهذا الموضوع من أثر فعال على إنتاجية العمل وتطوره فقد أعطى موضوع الرضا الوظيفي اهتماما خاصا باعتباره من عناصر التحفيز في العمل لما في ذلك من علاقة ايجابية .

ولقد تعددت تعاريف الرضا الوظيفي وذلك لاختلاف المداخل التي يتناول بها العلماء والمختلفون مفهوم الرضا الوظيفي وهناك العديد من المحاولات التي بذلت لتحديد مفهوم محدد لرضا الوظيفي

عرفه Starng: هو حصيلة العوامل المتعلقة بالعمل والتي تجعل الفرد له مقبلا عليه في بدء يومه دون أي غضابة. (1)

2- أهمية الرضا الوظيفي:

- على الرغم من أهمية الرضا الوظيفي، وعلى الرغم من تزايد الاهتمام الدراسات في الكثير من بلدان العالم المتقدم بمتغير الرضا الوظيفي إلا أن هذا المتغير لم يجد ما يستحق من اهتمام في أدب ودراسات الإدارة في العالم العربي ولقد أكد بعض الباحثين العرب على أن اغلب الدراسات الرضا الوظيفي من الموضوعات التي ينبغي أن تظل موضوعا للبحث والدراسة بين فترة وأخرى عند القادة والمشرفين الإدارات والمهتمين بالتطوير الإداري في العمل ذلك لأسباب متعددة فما يرضى عنه الفرد بالتغيير في مراحل حياته فما لا يعد مرضيا حاليا قد يكون مرضيا مستقبلا. (2)

ويعود الاهتمام بالرضا الوظيفي لسببين رئيسيين هما:

(1): حريم حسين: سلوك التنظيمي سلوك الأفراد في المنظمات، دار زهران للنشر، عمان، 1997، ص 97 .

(2): هشام محمد صبري: الأساليب المختلفة لإدارة الصراع التنظيمي وأثرها على درجة رضا العاملين، دار المعرفة للنشر والتوزيع، مصر، 1991، ص 345 .

- **سبب ثقافي:** فالأمة تعلق آمال على حريات الشخصية التي تكلفها الدساتير والمواثيق لتلك الدول وفي هذا المجال تعتبر أخلاقية العمل جزءاً رئيسياً للحياة الإنسانية وأن الفرد لهم حرية الكاملة في التعبير عن مشاعرهم اتجاه عملهم
- **سبب وظيفي:** يعني أن هناك قيمة ضمنية لدى الأفراد لمفهوم الرضا الوظيفي وأن مشاعر الرضا الوظيفي العالي يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها (ميزة تنافسية، رضا العملاء...) وتقليل نسبة الغياب ودورا العمل وأداء أفضل للعاملين وعليه فالرضا الوظيفي أهمية بالنسبة للعاملين وبالنسبة للمؤسسات وتمثل فيما يلي: (1)

أ- بالنسبة للعاملين: تكمن أهميته فيما يلي:

- كشفت البحوث في مجال علم النفس أن الأفراد الراضين وظيفيا يعيشون حياة أطول من الأفراد الغير راضين وهم اقل عرضة للقلق النفسي و أكثر تقدير وأكثر قدرة على التكيف الاجتماعي.
- نجد الحاجات الملحة لدى الأفراد إشباعا كاملا لها في العمل
- زيادة الثقة بالنفس والطموح لدى الأفراد العامل في المؤسسة.
- التقليل من الضغوطات المتراكمة على الفرد نتيجة للزيادة في تعقيدات الحياة.
- يجد الفرد أن في إمكانه أن يلعب دوره الذي يرغب فيه في الحياة.
- تزداد درجة إحساس الفرد بملائمة المهنة لقدراته الخاصة
- يصل الفرد إلى القمة الإبداع التي يريد أن يحققها في عمله.

ب- بالنسبة للمؤسسة: يمكن تلخيص الرضا الوظيفي للمؤسسة فيما يلي:

- استقرار كافة الطلاقات ومواهب العاملين بالمؤسسة لتقديم أفضل ما عندهم لتحقيق أهداف المؤسسة.
- المحافظة على الرصيد الاستثماري البشري والفني والخبراتي للمؤسسة من التسرب والضياع.
- ارتفاع روح الانتهاء للمؤسسة والعمل.
- التطوير والتحسين المستمر للإدارات في المؤسسة كنتيجة للاكتشاف والايجابيات والسلبيات.
- تحسين وتطوير وتجويد مستوى المنتج النهائي للمؤسسة.
- كسب الرضا وولاء انتماء العميل للمنتج.
- اكتسب قدر جيد من الاستقرار العام في المؤسسة والقدرة على تحقيق أهدافها.

(1): د. جمال مرسي: الرضا الوظيفي، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 22.

- يعزز قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها ومغالبة أي تحديات تواجهها.

لذلك أن الرضا الوظيفي أحدث تطور بل تحولاً ملحوظاً في نظم الإدارة كونه يربط العنصر البشري في المنظمة وبدونه لا وجود للمنظمة ولا يمكن لأي منظمة أن تنفذ إستراتيجية اتصالية تسويقية تسعى إلى إرضاء الزبائن بدون إرضاء العاملين، لأن في قطاع الخدمات رضاء العاملين يلعب دور كبير في تحسين الجودة وإرضاء الزبون، فالعامل أو الموظف الذي لديه رضا كبير سيقوم ببناء علاقات جيدة ومميزة مع المتلقين من خلال طريقة التعامل وأسلوب أداء الخدمات.⁽¹⁾

(1): د. جمال مرسي: المرجع نفسه ص 23

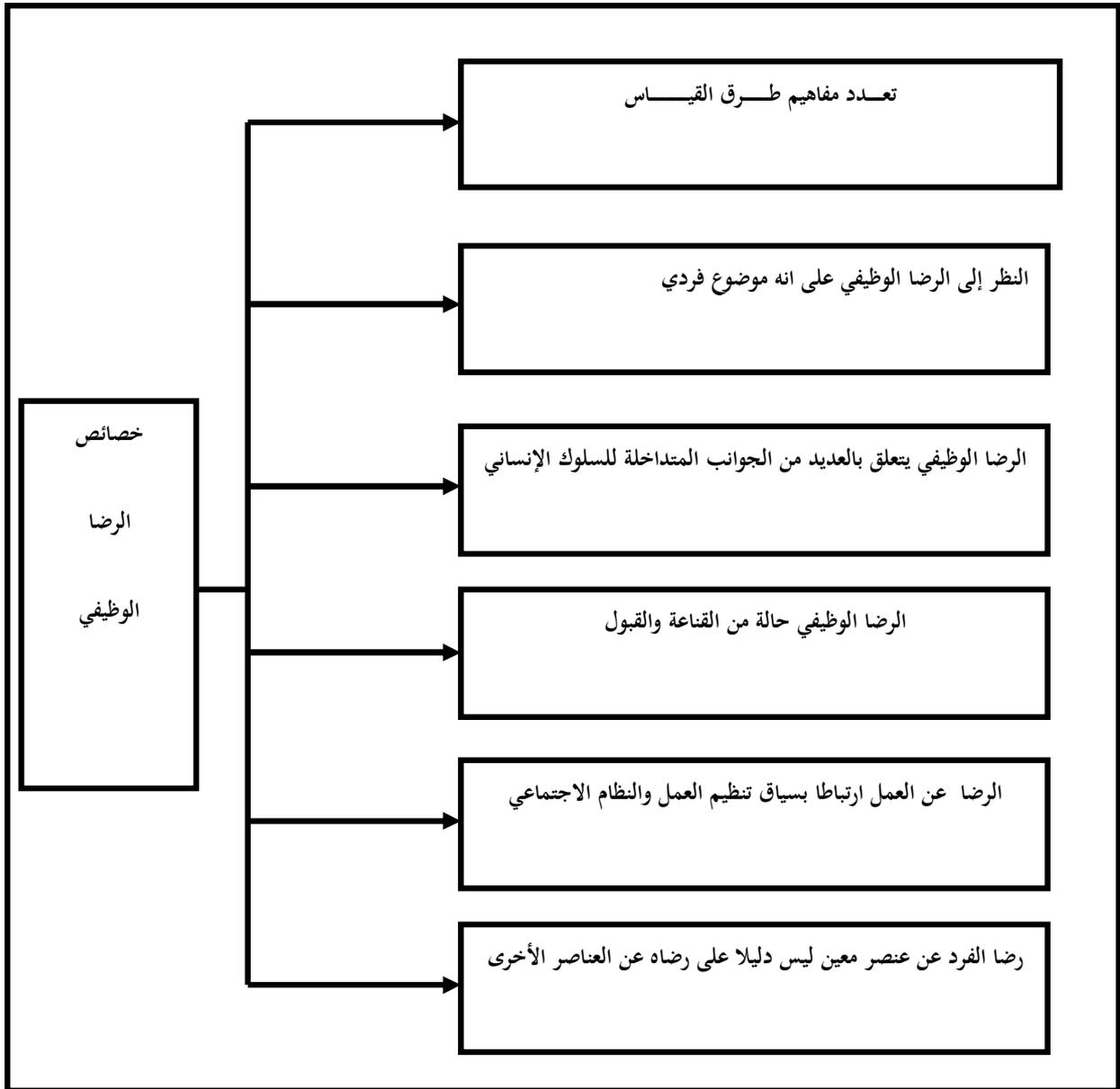
3- خصائص الرضا الوظيفي:

يمكن إدراج خصائص الرضا الوظيفي كما يلي:

- 1- تعدد مفاهيم الرضا الوظيفي : أشار من الباحثين في الميدان الرضا الوظيفي إلى تعدد التعريفات وتباينها حول الرضا الوظيفي وذلك لاختلاف وجهت نظر بين العلماء الذين تختلف مداخلهم أو أرضياتهم التي يقفون عليها.
- 2- النظر إلى الرضا الوظيفي على أنه موضوع فردي: غالبا ما ينظر إليه على أنه موضوع فردي فإن ما يكن أن يكون رضا لشخص قد يكون عدم رضا شخص آخر فنسيان مخلوق فردي معقد لديه حاجات ودوافع متعددة ومختلفة من الوقت لأخر وقد انعكس هذا كله على تنوع طرق القياس المستخدمة.
- 3- الرضا الوظيفي حالة من القناعة والقبول: يتميز الرضا الوظيفي بأنه حالة من القناعة والقبول ناشئة من تفاعل الفرد مع الحمل نفسه ومع بيئة العمل عن إشباع الحاجات والرغبات والطموحات، تؤدي هذا الشعور بالثقة في العمل والولاء والانتماء له وزيادة الفعالية في الأداء والإنتاج لتحقيق الأهداف العمل وغايته.
- 4- الرضا الوظيفي يتعلق بالعديد من الجوانب المتداخلة السلوك الإنساني: نظر لتعدد وتعقيد وتداخل جوانب السلوك الإنساني تتباين أنماطه من موقف الأخر ومن دراسة لأخرى، وبالتالي تظهر نتائج متناقضة ومتقاربة للدراسات التي تناولت الرضا الوظيفي لأنها تصور الظروف المتباينة التي أجريت في ظلها تلك الدراسات. (1)
- 5- رضا الفرد عن عنصر معين ليس دليلا على رضاه عن العناصر الأخرى: إن رضا الفرد عن عنصر معين لا يمثل ذلك دليل كافي على رضاه عن العناصر الأخرى كما أن ما قد يؤدي لرضا الفرد معين ليس بالضرورة أن يكون له نفس قوة التأثير ذلك تتجه لاختلاف حاجات الأفراد وتوقعاتهم.
- 6- الرضا عن العمل ارتباط سياق التنظيم العمل والنظم الاجتماعي: إن رجيت (rajit) يعد الرضا الوظيفي محصلة العديد من الخبرات المحبوبة وغير المحبوبة المرتبطة بالعمل فيكشف عن نفسه في تقدير الفرد للعمل وإرادته ويستند هذا التقدير بدرجة كبيرة على نجاح الشخصي أو الفشل في تحقيق الأهداف الشخصية وعلى أسلوب الذي يقدمه للعمل إدارة العمل في سبيل الوصول إلى هذه الغايات.

(1): نجوى نعيم: التعرف على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في الجامعات الفلسطينية، جامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2004، ص 34 .

الشكل: رقم (02) خصائص الرضا الوظيفي



4- مسببات الرضا الوظيفي:

الاهتمام بالرضا الوظيفي يعود لأهميته الكبيرة وأثره في أداء العاملين ويعود الاهتمام بهذا الموضوع للأسباب التالية: (1)

أ- المسببات التنظيمية للرضا: وتتمثل في

- **ظروف العمل الجيدة:** كلما كانت ظروف العمل المادية منها مناسبة كلما ساعد ذلك أكثر على رضا العاملين منها: توفير الإضاءة، والتهوية والحرارة... الخ
- **الإشراف:** إن إدراك الفرد بمدى وجود الإشراف الواقع عليه. تؤثر في درجة رضا عن الوظيفة. والأثر هنا يعتمد على إدراك الفرد وجهة نظره حول عدالة المشرف واهتمامه بشؤون المرؤوسين وحمايته لهم.
- **سياسة المنظمة:** يشير أنظمة عمل ولوائح وقواعد تنظيم العمل وتوضيح التصرفات وتسلسلها بشكل ييسر العمل ولا يعيقه.
- **نظام العوائد:** يشعر الفرد بالرضا داخل المنظمة ان كان التوزيع للعوائد وفوائدها بالشكل المناسب وفقا لنظام محدد. وتتمثل في الترقيات المكافآت... الخ
- **تصميم العمل:** وجود ضمان نسبي بالرضا عن العمل نتيجة لوجود تصميم سليم للعمل يتميز بالتنوع والتكامل والاستقلالية... وتتوافر معلومات كاملة.

ب- المسببات الشخصية للرضا: وتتمثل في

- **المكانة الاجتماعية:** كلما ارتفعت وازدادت المكانة الاجتماعية أو الوظيفية والتقدمية للفرد زاد رضا عن عمله. والعكس فيما قلت وانخفضت هذه المكانة زاد استياء الفرد.
- **احترام الذات:** إذا كان لدى الفرد الاقتداء برأيه وذاته والعلو بقدره كان اقرب أكثر على الرضا عن عمله. عكس الفرد الذي يشعر ببخس في قدره عادة ما يكون غير راض عن عمله.
- **تحمل الضغوط:** قدرة تحمل الضغوط داخل المنظمة وكيفية التعامل معها لدى الفرد تجعله أكثر رضا. في حين وجود عقبات أو صعوبات يكون الاستياء حليفه.
- **الرضا عن الحياة:** يمل الأفراد السعداء في عملهم أما التعساء في حياتهم و الغير راضين عن نمط حياتهم العائلية و الزوجية فإنهم عادة ما ينقلون التعاسة إلي عملهم.

5- أبعاد الرضا الوظيفي:

(1): سالم تسيير الشرايدة: الرضا الوظيفي, مرجع سبق ذكره, ص 60.

من النظريات والتعريفات التي حاولت توضيح معنى الرضا الوظيفي و كيفية حدوثه. نجد أنه يأخذ احد الشكلين التاليين:

✓ **الرضا العام:** ويعرف بأنه الاتجاه العام للفرد نحو عمله ككل فإما هو راضى أو غير راضى هكذا بصفة مطلقة، ولا يحس هذا المؤشر بتحديد الجوانب النوعية والتي يرضى عنها الموظف أو العامل أكثر من غيرها ولا مقدار ذلك، فضلا عن الجوانب التي لا يرضى أصلا بيد انه يفيد في إلقاء نظرة عامة على الموقف العامل إزاء عمله بصفة عامة.

✓ **الرضا النوعي (الجزئي):** ويشير إلى رضا الفرد على كل جانب من الجوانب على حدة، وتشمل تلك الجوانب سياسة المنظمة الأجور، الإشراف، فرص الترقية، الرعاية الصحية والاجتماعية، ظروف العمل وأساليب الاتصال داخل المنظمة والعلاقات مع الزملاء، وتفيد معرفة هذه الجوانب في التعرف على مصادر التي يمكن أن تساهم في زيادة أو تخفيض الرضا الوظيفي.

ومن هذا المنطلق تعددت الدراسات والأبحاث حول تحديد أبعاد وعوامل التي تؤثر على الرضا الوظيفي ولكنها تدور حول جميع الجوانب الأساسية المذكورة أنفا وتختلف من حيث تقسيمها إلى مجموعة كعوامل إجمالية أو على شكل عناصر كعوامل فرعية لرضا الوظيفي ومن أهم هذه العوامل ما يلي: (1)

✓ **الأجور والرواتب:** يعد الأجر وسيلة مهمة لإشباع الحاجات المادية والاجتماعية للأفراد وقد أشارت الكثير من الدراسات إلى علاقة طردية بين مستوى الدخل والرضا عن العمل، فكلما زاد مستوى الدخل، ارتفع رضاهم عن العمل والعكس صحيح.

✓ **محتوى العمل وتنوع المهام:** يمثل محتوى العمل وما يضمنه من مسؤولية وصلاحيات ودرجة التنوع في المهام أهمية الفرد، حيث يشعر الفرد بأهمية عندما يمنح صلاحيات لإنجاز عمله، ولذلك يرتفع مستوى رضاه عن العمل، ومن خلال تصميم الوظائف يمكن التأثير على مستويات الرضا لديهم.

✓ **إمكانية الفرد ومعرفته بالعمل:** يتوقف الأداء على متغيري الرغبة في العمل والقدرة والمعرفة، إن إسناد أعمال أو مهام تتناسب مع القدرة والمعرفة العاملين يؤدي إلى تدعيم أدائهم وهذا ينعكس على الرضا الذي يتحقق لهم جراء ذلك فإن تهيئة البرامج التدريبية والتطويرية لرفع قدرات وإمكانيات ومعرفة العاملين يساهم شعورهم بأهميتهم في المنظمة ويترتب على ذلك ارتفاع في رضاهم.

(1): سهيلة محمد عباس: إدارة الموارد البشرية، مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2006، ص 176.

- ✓ **فرص التطور والترقية المتاحة للفرد:** إن المنظمة التي تتيح للأفراد فرصة الترقية وفقاً للكفاءة، تساهم في تحقيق الرضا الوظيفي، إذا أن إشباع الحاجات العليا (التطور والنمو) ذو أهمية لدى الأفراد ذوي الحاجات العليا.
- ✓ **نمط القيادة:** توجد علاقة بين نمط القيادة ورضا العاملين، فالنمط القيادي الديمقراطي يؤدي إلى تنمية المشاعر الإيجابية نحو العمل والمنظمة لدى الأفراد العاملين حيث يشعرون بأنهم مركز اهتمام القائد، والعكس يكون في ظل القيادة البيروقراطية إذ أن هذا الأسلوب في القيادة يؤدي إلى تبلور مشاعر الاستياء وعدم الرضا.
- ✓ **الظروف المادية للعمل:** تؤثر الظروف العمل المادية من تهوية، إضاءة، رطوبة، حرارة، وضوضاء على درجة تقبل الفرد لبيئة العمل، ولذلك فإن الظروف البيئية الجيدة تؤدي إلى رضا بالأفراد عن بيئة العمل. (1)
- ✓ **عدالة العائد:** أوضح آدمز بأن الفرد يقارن معدل عوائده المستلمة قياساً بمدخلاته (مهاراته، قدراته، خبراته، مستوى تعليمه... الخ) مع معدل عوائد الأفراد العاملين معه قياساً بمدخلاته، وإن نقص معدل ما يستلمه الفرد عن معدل غيره يشعر بعدم عدالة وتكون النتيجة الاستياء وعدم الرضا.

ومن جهة أخرى هناك بعض الباحثين من صنف أغلب العوامل سابقة الذكر ضمن مجموعات كما يلي: (2)

- 1- **العوامل الذاتية (الشخصية):** أي التي تتعلق بالعاملين أنفسهم مثل العمر، الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة، قدرات الفرد الذهنية والبدنية وغيرها من العوامل المرتبطة بذات الفرد والتي لها تأثير على الرضا الوظيفي.
- 2- **العوامل التنظيمية (المؤسسية):** أي ترتبط بالتنظيم داخل المنظمة مثل الوظيفة نفسها وما تقدمه من إشباع لشاغلها، العلاقة بالرؤساء والزملاء، إجراءات العمل وشكل الدوام، ظروف وشروط العمل.
- 3- **العوامل البيئية:** وتتعلق بجماعات العمل والبيئة التي نشأ فيها الفرد أو البيئة التي ينتمي إليها وكذلك تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه وهذه العوامل قد تشمل الانتماء الاجتماعي نظرة المجتمع.

ومن خلال ما أشارت إليه أهم أدبيات الموضوع التي تناولت العوامل أو الأبعاد المؤثرة في الرضا الوظيفي نجد أنها تتفق على أن الرضا الوظيفي ليس حصيلة عامل واحد، بل هو النتيجة التفاعل مجموعة من العوامل أو الأبعاد، منها ما هو معلق بالفرد ذاته، ومنها مرتبط بالبيئة العمل والظروف التنظيمية التي تعتمدها المنظمة وبالنظر إلى خصوصيات موضوع البحث يمكن أن نتصور بأن الرضا الوظيفي يكون من خلال الرضا الوظيفي للزبون الداخلي الموظف أو العامل (عن المنتج الداخلي) الوظيفة وأن أبعاد الرضا الوظيفي هي أبعاد المنتج الداخلي ونلخصها فيما يلي:

(1): سهيلة محمد عباس: نفس المرجع، ص 177.

(2): فارس حلمي: مدخل إلى علم النفس الصناعي والتنظيمي، دار الشروق والتوزيع، عمان، 1999، ص 221.

- المكافآت والأجور.
- طبيعة ومضمون العمل.
- الإشراف والعلاقة مع الزملاء.
- المحيط المادي للعمل.

وفيما يلي تفصيل لهذه العناصر: (1)

- ❖ **الأجور والمكافآت:** ويضم مختلف المزايا المادية والمعنوية التي يحصل عليها الفرد مقابل الجهود التي يبذلها والتميز في الأداء، وتبعا لطبيعة الوظيفة وظروف العمل.
- ❖ **طبيعة ومضمون العمل:** ويشمل وضوح المهام والمسؤوليات والشروط، القدرات، الاستعدادات المؤهلات (التي تتطلبها والمدى الذي يتيح العمل للعامل من إظهار مهاراته ومواهبه وفرص المبادرة والإبداع.
- ❖ **الإشراف والعلاقة مع الزملاء:** ويتعلق بنمط الإشراف وعلاقة الرئيس بمروؤوسيه، والتفاعل بين العاملين والتعاملات المتبادلة بينهم في إطار العمل أو خارجه .
- ❖ **المحيط المادي للعمل:** ويتعلق بالبيئة المادية للعمل، وكل مستلزمات ومتطلبات انجاز المهام والواجبات التي تفرضها الوظيفة .

(1) فـارس حلمي: نفس المرجع، ص222.

6- قياس الرضا الوظيفي:

إن معرفة اتجاهات الأفراد نحو العمل ليست بالعملية السهلة، لأنه من الصعب معرفة الحقيقة تلك الاتجاهات بدقة خلال الملاحظة، أو استنتاجها بدقة من خلال سلوك الفرد، فيلى حد كبير يعتمد في قياس الرضا عن العمل على ما يذكره الفرد، وعادة لا يفصح، أو لا يستطيع الفرد الإفصاح بصورة صادقة عما بداخله ويمكن حصر الأساليب المستخدمة في الوقت الحاضر في نوعين: (1)

- **المقاييس الموضوعية:** حيث يمكن قياس اتجاه العاملين ورضاهم عن طريق استخدام أساليب معينة مثل الغياب، معدل الاستقالة أو ترك الخدمة، معدل الحوادث في العمل، وكذلك معدل الشكاوى ومستوى إنتاج الموظف .
- **المقاييس الذاتية:** وهي التي تعتمد على جمع المعلومات من العاملين باستخدام وسائل محددة مثل تصميم الاستمارة الاستقصاء تتضمن قائمة أسئلة خاصة بالرضا الوظيفي توجه إلى الأفراد العاملين بالمنظمة من اجل معرفة رضاهم عن العمل وباستخدام طريقة المقابلات الشخصية التي يجريها الباحثين مع العاملين في المنظمة، ولكل طريقة مزاياها وعيوبها وظروف استخدامها .

وقد بذل الباحثون والمنظرون في السلوك التنظيمي جهود كبيرة من أجل التطوير بعض المقاييس تكون أكثر صدق وثبات وستعرض لأهم الطرق الرئيسية المستخدمة في قياس الرضا نذكر منها:

- المقاييس الرتببة والاستبيانات ذات المقاييس المقننة.
- أسلوب الأحداث الحرجة.
- المقابلات الشخصية.
- أ- **المقاييس الرتببة أو الاستبيانات ذات المقاييس المقننة:** وهي من أكثر الطرق المستخدمة لقياس الرضا الوظيفي باستعمال قوائم الاستقصاء، ومن أهم المقاييس المستعملة الآتية
- 1- **الاستبانة الوصفية للوظيفة (Jdi):** وتقاس معدلات الرضا لخمس جوانب مختلفة للوظيفة هي:

الوظيفة نفسها - الأجر - فرص الترقية - الإشراف - الزملاء.

وضمن كل هذه الأبعاد قمة بكلمات أو جمل قصيرة على العامل أو الموظف أن يحدد ما إذا كانت العبارة تصف الوظيفة أم لا، باستخدام الإجابات من نوع الإثبات أو النفي أو عدم المعرفة ولكل جملة أو عبارة قيمة رقمية بحسب

(1): عبد الباقي صلاح الدين محمد: السلوك التنظيمي، مدخل تطبيقي معاصر، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2003، ص 235 .

الإجابة، وفي النهاية يعطينا حاصل جمع التقديرات على الأبعاد الخمسة مستويا الرضا الوظيفي عن كل بعد أو جانب.

2- استبانة مينسوتا لقياس الرضا الوظيفي (MSQ): وهو قياس شائع الاستخدام، حيث يعبر الفرد عن مدى رضاهم من عدمه، حول بعض الجوانب المتعلقة بالوظيفة مثل: الأجر، الترقية، كفاءة الإشراف، أما مقياس التقدير فيتراوح بين راضي جدا إلى غير راضي جدا. (1)

3- مقياس الرضا عن الأجر (PSQ): وهو يهتم بالحالات النفسية تجاه العوامل المختلفة لجوانب أنظمة الأجر، مثل الرضا عن مستوى الأجر الحالي والرضا عن الزيادات في الأجر، مزايا الإضافية، وإدارة نظم الأجر ويتم الإجابة عليه في مقياس متدرج من خمسة مستويات.

ب- أسلوب الأحداث الحرجة: وهو أسلوب يعرف بطريقة القصة لهيرزبرج يتم من خلاله قياس وتقييم الرضا الوظيفي لدى الأفراد، حيث يطلب من الأفراد أن يصف بعض الأحداث المرتبطة بعمله، والتي حققت له الرضا أو عدم الرضا، ثم يتم اختبار وفحص الإجابات لاكتشاف عوامل أو مسببات الرضا أو عدم الرضا فمثلا إذا ذكر العديد من الأفراد مواقف في العمل تعرضوا فيها لمعاملة سيئة من المشرف، أو يمتدحون المسرف لمعاملته الطيبة يظهر أن نمط الإشراف يلعب دورا هاما في الرضا الوظيفي لدى الأفراد.

ت- المقابلات الشخصية: وهي تتضمن مقابلة الأفراد بصفة شخصية، وجها لوجه، حيث يمكن للفرد أن يفصح عن بعض الأمور والاتجاهات التي لا يمكن الحصول عليها من قوائم الاستقصاء وبالتالي التعرف على أسباب التي تكون وراء رضا أو عدم رضا العاملين، وتكون أكثر فاعلية في المنظمات الصغيرة، وخاصة إذا تم التخطيط لها من قبل مختصين في المقابلات الشخصية، وتقل فعاليتها في المنظمات الكبيرة، لأن الأفراد في الغالب يخشون الإفصاح على أمور قد تضر بمصالحهم، خاصة إذا تعارضت تلك الأمور مع ومصالح المنظمة. (2)

(1): عبد الباقي صلاح الدين محمد: نفس المرجع، ص 178

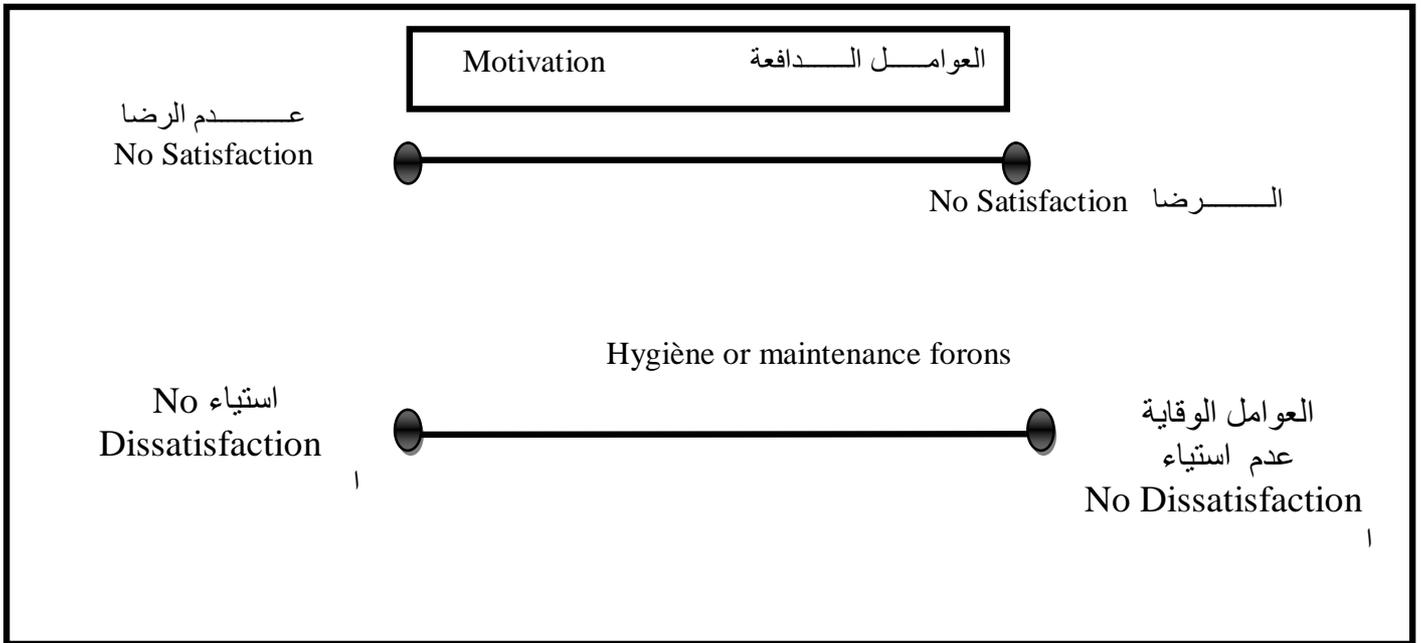
(2): نفس مرجع ، ص 180 .

- نظرية "العاملين" لهزربرج

نظرية الدافعية - الصيانة الوقائية Motivation Maintenance Theory

أو نظرية العاملين Dual-Factory Theory

قام فريدريك هزربرج بناء على دراسة أجراها بتنمية نظريته التي أطلق عليها "نظرية العاملين" (العوامل الدافعية والعوامل الوقائية) واستطاع أن يتوصل إلى الفصل بين نوعين من المشاعر الدافعية: الرضا الوظيفي والاستياء، وأن العوامل المؤدية إلى الرضا الوظيفي تختلف تماما عن العوامل المؤدية للاستياء كما يتضح في الشكل رقم (03).⁽¹⁾



الشكل رقم: 03 يمثل وجهة نظر هزربرج للعلاقة بين الرضا والاستياء

(1): محمد صالح الحناوي: السلوك التنظيمي، كلية تجارة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، ط1 الإسكندرية، ص 221.

ونعرض فيما يلي لهذه النظرية:

هناك مجموعة من العوامل التي قد يقابلها الفرد في التنظيم ، المجموعة الأولى يطلق عليها العوامل الوقائية وهي تتشابه مع حاجات المستويات السفلى في هيراركيه ماسلو، هذه العوامل هي منع "عدم الرضا" ولكنها تؤدي في حد ذاتها إلى الرضا: وبمعنى آخر، فهي تصل بالدافعية إلى درجة الصفر النظري **Thoreical Zéro Level** وتعتبر حد أمان لمنع أي نوع من الأنواع الدافعية السلبية، والمجموعة الأخرى من العوامل يطلق عليها العوامل الدافعية **Motivation** وهي التي تزود الأفراد بالدافعية وتتشابه مع حاجات المستويات العليا في هيراركيه ماسلو وطبقا لهذه النظرية فإن الفرد لا بد أن يكون مقتنع بمحتويات عمله بمعنى أن يتضمن العمل نوع من التحدي والصعوبة **Challenging** حتى يدفع الفرد لبذل أقصى جهد لديه.

العوامل الوقائية	العوامل الدافعية
سياسات الشركة وإدارتها	الإنجاز أو التحصيل
الأشراف الفني	التقدير
الأجر	العمل نفسه
العلاقات الشخصية - المشرف	المسئولية
ظروف العمل	التقدم والترقية

الشكل رقم 04 يمثل نظرية العاملين لهزربرج.

وتلقى هذه النظرية ضوء جديد على دوافع العمل، فحتى ظهور هذه النظرية، كانت الإدارة تركز اهتماما على تلك العوامل التي أطلق عليها هزربرج العوامل الوقائية فإذا واجهت الإدارة انخفاض الروح المعنوية، فإنها تلجأ إما إلى رفع الأجر إما إلى زيادة المزايا العينية، أو⁽¹⁾ حتى تحسين ظروف العمل كحلول بديلة لهذه المشكلة وبالطبع فإن مثل هذه الحلول لم تؤدي إلى النتائج المرجوة منها وكثيرا ما اشتكت الإدارة من أنها تقدم أعلى أجور ومزايا عينية كثيرة، وظروف العمل ممتازة ، مع ذلك فإن هؤلاء العمال يكفرون بالنعمة وليس لديهم أي دافع للعمل وتقد نظرية هزربرج

(1): محمد صالح الخناوي: نفس المرجع، ص 222

تفسيرا وافي لهذه الظاهرة، إذ تقول الإدارة بتركيزها على العوامل الوقائية فقط تفقد قدراتها على دفع العمال إلى بذل النشاط الضروري.

وكما ذكرنا فإن أهمية العوامل الوقائية تظهر في منع عدم الرضا لا في تحقيق الرضا فهناك القليل جدا من العمال أو المديرين الذي يشعرون بأهم لا يستحقون العلاوة التي حصلوا عليها، بينما يوجد عدد لا حصر له من العمال والمديرين غير راضين بسبب عدم حصولهم على علاوات، ويقول هرزبرج بأن العوامل الوقائية ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها في أي تنظيم، ولكن بمجرد توافرها فإن الفرد يبدأ في التطلع إلى حاجات أخرى، كالإنجاز والتقدير والمسؤولية والترفيه... الخ. (1)

هذا وقد اختبر عدد من الباحثين فروض هذه النظرية، وقد لوحظ أن الباحثين الذين التزموا بنفس الأسلوب البحث الذي استعمله هرزبرج عند التنمية لنظريته وصلوا إلى نتائج مؤيدة للنظرية، في اختلف معهم أولئك الذين استخدموا أسلوبا آخر للبحث وقد حدا ذلك بكثير من المحللين إلى فحص ذلك الأسلوب، واستنتاج أن هذه النظرية هي صنعة الأسلوب البحثي الذي أنشئت بناء عليه ويقوم هذا الأسلوب على توجيه الأفراد الذين تجرى عليهم الدراسة إلى تذكر الوقائع التي كانوا فيها أسعد ما يمكن بالمنظمة وأكثر دافعية للأداء، وتلك التي كانوا فيها أتعس ما يمكن.

بالرغم من هذا القصور في نظرية هرزبرج وتعرضها لنقد شديد وقاس من جانب العديد من الكتاب والسلوكيين إلا أن القليلون فقط هم الذين ينكرون مساهمته الفعالة في دراسة دوافع العمل فقد قام بالتوسع في مبدأ الهيراركيه الذي أنشأه ماسلو وطبقه بكفاءة على دوافع العمل، كما أنه جذب الانتباه إلى عوامل محتويات العمل Job . Content Factor

من ناحية أخرى حازت هذه النظرية على شعبية كبيرة في المنظمات الأمريكية في منتصف الستينيات من خلال أحد التطبيقات الشهيرة لها والذي يمس تصميم العمل بالشكل الذي يسمح إلى العوامل الدافعة أن يتم تمثيلها في المكونات والمحتويات العمل لكي تثير وبصورة دائمة حماس الفرد ودافعيته للأداء. (2)

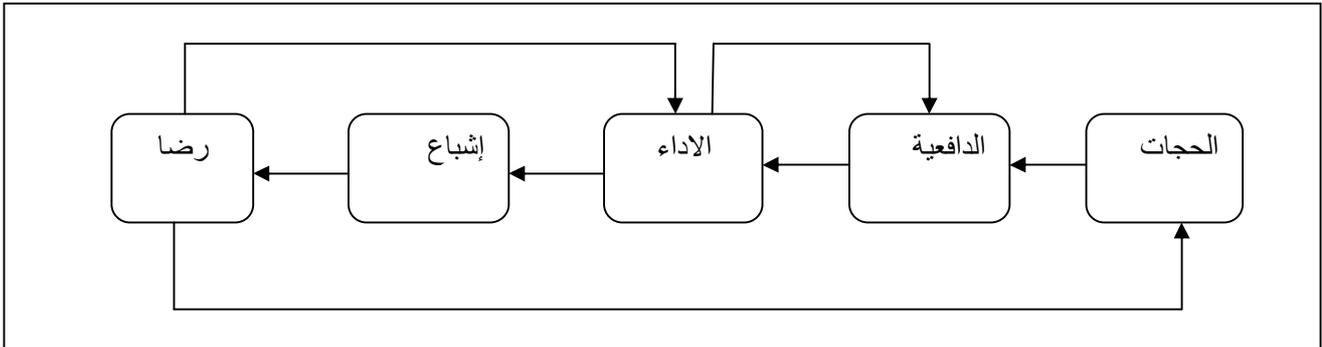
(1): محمد صالح الحناوي: نفس مرجع، ص 223 .

(2): نفس مرجع، ص 224 .

8- ديناميكية الرضا (كيف يحدث الرضا):

يعملوا الناس لكي يصلوا إلى أهداف معينة وينشطون في أعمالهم لاعتقادهم أن الأداء سيحقق لهم هذه الأهداف ومن ثم فإن بلوغ إياها سيجعلهم أكثر رضا مما هم عليه حيث ينظر للرضا كنتيجة للكشف عن الكيفية التي يتحقق بها والعوامل التي تسبقه وتعد مسؤولة عن حدوثه سنجد أن تلك العوامل تنظم في نسق من التفاعلات يتم على النحو التالي:

- أ- الحاجات: لكل فرد حاجات يسعى إلى إشباعها ويعد العمل أكثر مصادر هذا الإشباع إتاحة.
- ب- الدافعية: تولد الحاجات قدرا من الدافعية لحث الفرد على التوجه نحو المصادر المتوقع إشباع تلك الحاجات من خلالها.
- ت- الأداء: تتحول الفاعلية إلى أداء تنشط للفرد وتوجه خاصة في عملية اعتقاد منه أن هذا الأداء وسيلة لإشباع تلك الحاجات.
- ث- الإشباع: يؤدي الأداء الفعال إلى إشباع حاجات الفرد .
- ج- الرضا: إن بلوغ الفرد مرحلة من الإشباع من خلال الأداء الكفاء في عمله يجعله راضيا عن العمل باعتباره الوسيلة التي ستبني من خلالها إشباع حاجاته والشكل التالي يوضح ديناميكية الرضا الوظيفي .⁽¹⁾



الشكل رقم: 05 يبين كيف يحدث الرضا ديناميكية الرضا

(1): طارق شوقي: السلوك القيادي وفعالية الإدارة، دار الطبع، مكتبة غريب، القاهرة، ص120.

ويجدر بنا الإشارة إلى أن العناصر الخمسة السابقة أنها تتبادل التأثير فيما بينها فالرضا قد يؤدي إلى بروز الحاجات جديدة في حيث قد يخفض الأداء كما ينبغي الالتفات إلى جانب هاما يتصل بديناميكيات الرضا وهو نسبة الرضا فيما يعتقد انه مشير لرضا الوظيفي ومن ثم المؤشر للفاعلية لدى الفرد في حيث قد يؤدي الرضا بالنسبة لفرد آخر.

ومن ثم فإن الوقوف على هذه القوانين التي تتحكم في هذه البنية من شأنه الإسهام في تقويم الرضا بشكل أكثر احتكاما وفهمه على نحو أكثر من خلال تحديد طبيعة علاقته بالفاعلية بدرجة أكثر من الدقة وتمثل في: (1)

- كلما زادت رغبة الفرد في شيء فإن يكون أكثر رضا حينما يكون يحصل عليه في المقابل يتضاعف وعدم رضاه عندما لا يتمكن من ذلك.

- كلما تعددت الحاجات الفرد واشتدت قوتها كلما انخفض احتمال إشباعها.

- يحصل الشخص ذوي الاحتياجات المحدودة عندما يشبعها على قدر من الرضا يماثل ما يحصل عليه الشخص ذو الحاجات المتعددة عندما يتم إشباعها.

- فالعبرة هنا في التناسب من الحاجات المتوقع إشباعها وما يتم إشباعه هنا بالفعل وليس بحجم الإشباع في حد ذاته أي أن الرضا دال التفاوت بين الحاجات والإشباع فكلما ضاقت الفجوة بينهما كلما ارتفع الرضا والعكس صحيح.

- توجد علاقة بين الجماعة المرجعية للعمل ورضا الفرد عليه فأحيانا يعاني الفرد من مشكلات عديدة في عملية تجعله لا يرضى عنه إلا أن جماعته تنظر إليه بفخر لشغله إياه مما يسهم في تعديل اتجاهاتهم نحو عمله فيصبح أكثر رضا عنهم بوصفه الوسيلة التي من خلالها يكسب مكانة مميزة في الجماعة ومن كل هذه العوامل (الحاجات، دافعية، أداء، الإشباع، الرضا) العوامل التي تسبق الرضا تعد مسؤولة عن حدوثه من خلال أنها تنظم في نسق من تفاعلات. (2)

نموذج الرضا الوظيفي

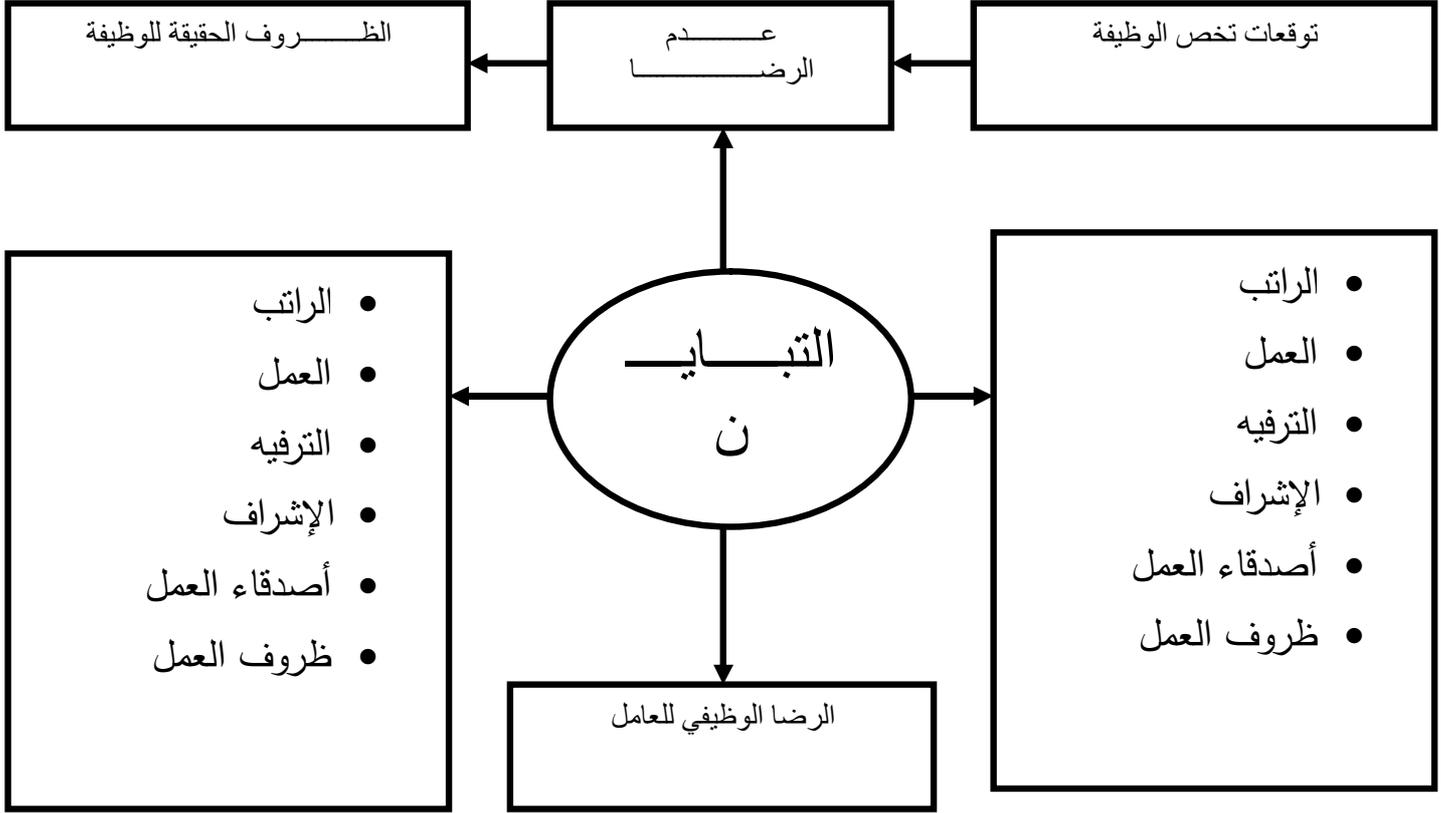
ما الذي يجعل أو يحدد إذا كان العمال يشعرون بصفة عامة بالرضا أو الاستياء نحو وظائفهم؟ ثم كيف يجمع الرضا عن كل العوامل المختلفة كالأجر والترقية وغيرها ليعطي لنا اتجاهها كليا يشير إلى حب أو كره العامل لوظيفته.

(1): محمد سعيد أنور سلطان: السلوك التنظيمي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2003، ص 313.

(2): نفس المرجع، ص 313.

قد قام كل من آرنولد وفيلدمان Arnold Et Feldman بوضع نموذج للرضا الوظيفي نعرض من خلاله إلى العوامل التي تتحكم في رضا الأفراد وذلك بالمقارنة بين ما كان متوقعا وبين ما هو واقع فعلا.

الشكل رقم: 06 يمثل نموذج الرضا الوظيفي لـ آرنولد وفيلدمان



من أجل الوصول إلى الرضا الوظيفي للعاملين عن عملهم لابد من توفير بعض العوامل المترابطة به والتي من شأنها التحكم في مستوى الرضا الوظيفي إما بالزيادة أو النقصان، وقد تم تقسيم هذه العوامل إلى عوامل مرتبطة بذات الفرد وعوامل مرتبطة بالعمل والتي سنفسرها بالتفصيل من خلال هذه المبحث

أولاً: العوامل المرتبطة بذات الفرد إي العوامل داخلية: حاجات في حاجات الفرد حيث تختلف من الآخرين في نوعها ودرجة إشباعها وهذه الحاجات تشبع من خلال العمل وكلما توفر الإشباع المناسب توفر في المقابلة الرضا المناسب بمعنى تتوفر مشاعر وردود الأفعال لإنهاء حالة الحرمان والتوتر التي تصاحب وجود حاجات غير مشبعة وكلما كان الإشباع الذي يحصل عليه الفرد من العمل عاليا كانت مشاعر الرضا مرتفعة ويتوقف ذلك على مستوى العوائد والمكافآت والحوافز التي تشبع هذه الحاجات وقوة الحاجة إليها ومدى اعتماد الفرد على عمله في الحصول على هذه العوائد فالفرد الذي يحصل على معظم إشباعاته الاجتماعية من علاقاته الاجتماعية خارج نطاق العمل نجد جماعة العمل لا تمثل مصدر مؤثر على إشباع الاجتماعي.

ب. اتفاق العمل مع قيم الفرد: توجد لدى الأفراد الكثير من القيم والتي يمكن تحقيقها في مجال العمل في نطاق العمل وبقدر تحقيقها يرفع الرضا الوظيفي ومن هذه القيم القيادة والإتقان والعمل والإبداع للاستقلالية التعاون والأمان الوظيفي كلما ساعدت طبيعة العمل بظروف على إشباع هذه القيم ساعد ذلك على زيادة الرضا عن العمل.⁽¹⁾

ج. الشعور باحترام الذات: هو من الأشياء التي يسعها الإنسان إلى تحقيقها في أكثر من مجال ومن مجالات تحقيقها المهمة مجال العمل سواء كان ذلك عن طريق المركز الذي يشغله أو طبيعة الوظيفة ومكانتها ومعرفة أفراد المجتمع لقيمة هذه المكانة الدائرة في المجتمع وبالتالي يمكن أن يتم إشباع لمدة الحاجة من خلال المركز الوظيفي أو الاجتماعي للدائرة مما يؤدي إلى الإحساس بالرضا.

(1): عايد سيد خطاب: الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية، مكتبة عين الشمس، القاهرة، مصر، 1999، ص 65.

ثانياً: العوامل المرتبطة بمحتوى الوظيفة:

من العوامل التي تلعب دوراً هاماً في تحديد الرضا الوظيفية نفسها من حيث نوعها ومهامها و النسق التي تسير عليه فبعض الأعمال تحتاج إلى الدقة والسرعة التنفيذ وربما يكون مستوى فيها منخفض مقارنة بالأعمال التي يمكن من للعامل أن يكوم فيها بمهام متعددة ويوجد فيها اثر وظيفي وتمكن من الأداء بطريقة فيها قدراته وإمكاناته وخبراته وإبداعاته وكل ذلك تعكس في رضا وظيفي على:

✓ **العوامل الخاصة بالأداء:** يتحقق الرضا عن الأداء نتيجة لإدراك الفرد للعوامل التالية بالنسبة للأداء:

- 1- ارتباط الأداء بالمكافآت والحوافز
- 2- شعور الفرد بأن قدراته تساعد على تحقيق الأداء المطلوب والأهداف المحددة
- 3- إدراك الفرد بأن الحوافز والمكافآت العمل، وبمعنى آخر إدراك الفرد بأن ما يحصل عليه من عوائد ومكافآت تناسب مع مدخلات التي يقدمها لعمله بالمقارنة بالعوائد والمكافآت التي يحصل عليها الآخرين منسوبة إلى مداخلاتهم⁽¹⁾
- 4- عوامل المتصلة بظروف وجوانب أخرى وهذه العوامل تتعلق بظروف وبيئة العمل داخل المؤسسة التي يعمل بها العامل مثال: الضوء، التهوية، نظام العمل والراحة

ثالثاً: الكفآت الاقتصادية المنصفة: يتوقع الأفراد أن يحصل على مكافآت منصفة إذا ما قورنت ببعضها البعض داخل المنظمة وكذلك إذا قورنت بالمكافآت التي تحصل عليها الأفراد في منظمات أخرى.

رابعاً: الحالة الصحية و البدنية والعقلية: وهذه العوامل تشمل العناصر المتعلقة بالتأمين مستقبل العامل والاستقرار في الوظيفة ومقدار الأجر وهذه العوامل تشمل العناصر المتعلقة بتلبية حاجيات الشخصية والتي تناسب مع حجم العمل الذي يؤديه العامل فارتباط الصحة البدنية مع الصحة العقلية تتحلل من خلال رضا الفرد عن عمله والظروف المتصلة به من خلال التأثير بعامل:

(1): عايد سيد خطاب: نفس المرجع، ص 67.

- الاستقرار بالعمل
- تقدير العمل المنجز
- المزايا المتحصل عليها خلال الأجر

خامسا: العوامل المتعلقة بنمط الإشراف أو الإدارة:

وتتعلق هذه العوامل بطرق الإشراف المتبعة ومدى توافر العلاقات الإنسانية بين الرؤساء والمرؤوسين حيث يجب أن تشوب العلاقات الاجتماعية والنفسية الجيدة بين الرؤساء والمرؤوسين في حين ويعتبر الإشراف أمر ضروري لحسن سيرورة العمل وتوجيهه فهذه العوامل التي ترفع المعنويات للفرد العامل , يلاحظ أن الحاجات الأساسية التي تدفع الفرد العامل للعمل شعوره بأنه يتطور وتزداد خبرته من خلال توجيه وإرشاده وإمداده بالتجارب والخبرات اللازمة للعمل وبأسلوب يعتمد عن الضغط في التوجيه حيث من المعروف أن هناك نوعين من المشرفين أو الرؤساء (1)

(1): عايد سيد خطاب: نفس المرجع ، ص 68.

خلاصة الفصل

من خلال كل ما ورد نستخلص بأن العوامل المسببة للرضا علاقة كبيرة بالعامل النفسي للشخص اتجاه عمله فهي عندما تكون متوفرة ومناسبة لبيئة تحقق شعوره بالسعادة نحو عمله وبالتالي تحقيق الرضا وعندما تكون غير مناسبة مع له فهي تؤدي إلى فشله وقلق وعدم الاستقرار وتدمير وعدم الرضا ولا يقدم ما عنده من إمكانيات ومهارات علمية وجسدية .

إن لكل عنصر من العناصر الرضا الوظيفي له علاقة مع بعضه البعض فقد ركزت على هذا الموضوع جميع دول العالم وذلك لأهميته باعتبار الرضا عن العمل قوة محركة للإنسان.

الفصل الثاني

القائم بالاتصال

تمهيد :

يعتبر القائم بالاتصال أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية انطلاقاً من أنه يؤدي دوراً فعالاً في إنتاج الرسالة الإعلامية وقدرته على أداء دوره لا تنشأ من فراغ وإنما في محصلة لعوامل عديدة منها ما هو متعلق بقيمة الشخصية ومنها ما هو متعلق بوضع الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية إذا تعرض القائم بالاتصال إلى العديد من الضغوط تجعل من مقولة استقلالية وحرية وأداءه وهذه الضغوط يمكن أن تشكل قدرته على أن يصبح مهنيًا بكل طاقته، وذلك لأن هناك الكثير من الضغوط التي تهدد إمكانية تكيفه مع المهنة وقد تعرضت دراسات عديدة لرصد وتحليل العلاقة بين الصحفيين بيئة العمل والكشف عن الصعوبات والمخاطر التي يواجهونها وتؤثر في الممارسة والدافعية والإنجاز.

1- القائم بالاتصال في العملية الاتصالية:

يلعب القائم في الاتصال دورا استراتيجيا في العملية الاتصالية إذ أنه يترك بصماته في الرسالة الإعلامية ويشكلها ويصنعها وق معايير ومقاييس وضغوط مؤسساتية، إلا أنه في آخر المطاف يكون هو المرسل وهو المسئول عما يصل للجمهور.

فالقائم بالاتصال عن طريق انتقائه وحذفه للأخبار يصور الواقع الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه للمجتمع بأسره فالقائم بالاتصال يلعب دورا رئيسيا في عرض تقديم الأخبار والعلم والمعرفة والبيانات والمعلومات المختلفة للجمهور، ومن هن يصبح المشرف على صناعة الرسالة الإعلامية في مكنة إستراتيجية تؤهله لتكوين الرأي العام ولتوجيهه وفق ما يقدم إليه من خلال مخرجات وسائل الإعلام، ويقول كاري في هذا الصدد:

القائم بالاتصال المحترف هو الذي يتحكم بمهارة خارقة في معالجة الرموز والذي يستعمل هذه المهارة لتشكيل حلقة الاتصال بين أشخاص معينين أو جماعات مختلفة، القائم بالاتصال المحترف هو الذي يخترق الرموز ويترجم تصرفات معينة ومعرفة اهتمامات الجماعة كلامية في شكل بديل لمن عبارات مفهومة ومقنعة لجماعة أخرى هذا الدور يتم في اتجاهين عمودي أفقي عموديا يربط القائمون بالاتصال المحترفون النخبة في أي تنظيم أو جماعة بالجمهور العام، أفقيا يربط جماعتين كلاميتين مختلفتين في نفس التركيبة الاجتماعية، ويذهب سيقال في الاتجاه نفسه حيث يرى أن ما يشكل مخرجات وسائل الاتصال الجماهيرية تحده إلى حد كبير الاختيارات التي يقوم بها القائم بالاتصال⁽¹⁾ ويرى جيبير أن الأخبار ليست مجرد منتج بريء ومستقل أو بضاعة معلبة بل هي منتج مجموعة من الأشخاص ينتمون إلى البيروقراطية بجميع وتوزيع المعلومات، وعن الدور الاستراتيجي للقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية وفي المجتمع يقول رستون:

الطبيب في الصحة الفيزيولوجية لمرضاه، المحرر يؤثر في الصحة الفكرية لقرائه وعلى عكس الطبيب فإن المحرر لم يطلب منه أو يسمح له بتقديم وصفة تجعل قراءه أشفياء لكنه مثله مثل الطبيب لديه الفرصة لتسميمهم والاختلاف الرئيسي كما يتبادر لي هو أن المحرر بإمكانه أن يسمم عددا كبيرا منهم وبأسرع وقت من الطبيب.

ويرى شرام وريفيرز أن غالبيتنا تعتمد على وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والمعلومات والتسلية والترفيه وهذا يعني أن ما نعرفه عن الآخرين وعن الأحداث بصفة عامة يعتمد أساسا على ما تقدمه لنا وسائل الإعلام، إننا دائما نخضع لصحافة ولا نستطيع أن نفعل الكثير بشأنها. ومن جهته يرى كوهن أن العالم ينظر بصفة مختلفة إلى

(1): د.محمد قراط: قضايا إعلامية معاصرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص 24 .

مختلف الشعوب ليس بناءاً على اهتماماتهم الشخصية فحسب وإنما بناءاً كذلك على الخارطة المرسومة لهم من قبل الكاتب والمحريين والناشرين للجريدة التي يقرؤونها فالقائم بالاتصال إذا يلعب دوراً هاماً في تحديد الأجندة للجمهور⁽¹⁾

2- العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

أولاً: معايير المجتمع وقيمة تقاليده:

أي نظام يبنى على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها ويرتبط ذلك بالتنشئة الاجتماعية ويرى الباحث "دارين بديد" أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة لأحداث تقع من حوله وليس هذا الانفعال نتيجة تقصير أو عمل سلبي وكذلك فإن القائم بالاتصال قد ي أحياناً عن يغفل أحياناً عن تقديم بعض الأحداث والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية والمجتمعية فقد تضحى وسائل الإعلام بالسبق الصحفي وتتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الإخبار التي تهم الجماهير وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليدته كما تعمل على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع⁽²⁾

ثانياً: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال

تلعب الخصائص والسميات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل النوع ، العمر ، الدخل ، والطبقة الاجتماعية ، والتعليم والانتماءات الفكرية أو العقائد والإحساس بالذات ، وقد اهتم الخبرات بالإطار الدالي والخبر بالقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته والتي تحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب .

(1): د. محمد قراط: نفس المرجع ، ص 25 .

(2): منال هلال: مزاورة نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2012، ص 270.

ثالثا : المعايير المهنية القائم بالاتصال

يتعرض القائم بالاتصال إلى العدد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافق سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها حيث تنتهي المعايير سياسة الوسيلة الإعلامية الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه وتتضمن المعايير التقنية كلا من سياسة الوسيلة الإعلامية مصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه وهي كما يلي:

- سياسة المؤسسة الإعلامية خط العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية قد تميل ضغوط القائم بالاتصال ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين وتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم ومدى ارتباط المؤسسة بمصالح معينة تلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

أما العوامل الداخلية فتشمل نظام الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية والضغوط الإنتاج وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون المقدم للجمهور وتنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء فهم لا يعبرون عن أفكارهم بل يقومون بالتعبير عن أفكارها حب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه.

مصادر الخبر أشارت أغلب الدراسات أن القائم بالاتصال يمكنه الاستغناء عن جمهوره لكنه لا يمكنه الاستغناء عن مصادره وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين قوة تأثير مصادر الصحيفة على القائم بالاتصال على حد احتواءه بالكامل مؤكداً أن محولة الصحفي للاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية. (1)

وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي:

- 1- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار صعبة دون أخرى بطرق عديدة
- 2- تأثر الوكالات على طريقة التقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسلهم.
- 3- تأثر الوكالات على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسلها لتغطية الأحداث العامة.
- 4- تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقعة حدوثها في المدن الكبرى.

(1): منال هلال: نفس المرجع، ص270

5- تقلد الصحف الصغرى نظريتها الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.

رابعا: معايير الجمهور :

لاحظ عديد من الباحثين أمثال اتيل ديمولابول، وشول مان أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور ويؤثر تصور القائم بالاتصال على نوعية الأخبار التي يقدمها وقد أظهرت الدراسات ضرورة أن ترضى وسائل الإعلام جمهورها.

وخلاصة أن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة وأن تصوره لذلك يؤثر على قراراته تأثيرا لا يمكن أن نقلل من شأنه.

3- علاقة العمل وضغوطه:

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصمتها على القائم بالاتصال حيث يرتبط مع زملاءه بعلاقة تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة وهذا يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي .

ولكن هناك دائما معايير خاصة بالقائم بالاتصال يحتفظ بها لنفسه ولا يشاركها مع الجماعة التي يعمل فيها التي تدفع دائما نحو التقدم على زملاءه في إطار التنافسية المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية فكل صحفي يصعد دوما إلى السبق الذي يمكنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجماعة التي فيها⁽¹⁾.

(1) : منال هلال: نفس المرجع، ص 271

4- سوسيولوجية القائم بالاتصال:

تلعب وسائل الإعلام الجماهيرية دورا محوريا واستراتيجيا في المجتمع كما تتمتع بنفوذ ومكانة متميزة وقوية في المجتمع، لذا أطلقت عليها تسميات عديدة ومختلفة منها المتلاعبون بالعقول، عملاء السلطة، صانعو الآراء، مشكلو الرأي العام، السلطة الرابعة، منظمو الثورة، الذراع الأيمن للثورة، والقائمة مازلت طويلة، وهذه التسميات وغيرها ليست نتيجة الصدفة، أو عبارات بلاغية، بل هي تعكس بكل صدق قوة وأهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد والأسرة والمؤسسة والمجتمع .

الحاجة إلى سوسيولوجية القائم بالاتصال:

إن الحاجة لدراسة سوسيولوجية رجال الإعلام وبيئتها عدم إمكانية علماء الإعلام وباحثو وسائل الإعلام والاستغناء عن بعد مهم من أبعاد عملية الاتصال هذا البعد الذي يتمثل في المراسل الرسالة الإعلامية أي من السؤال الأول من الأسئلة الكلاسيكية الخمس الذي طرحها هارولد لاسوال وهي من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ رجال الإعلام بشر كسائر الأشخاص الآخرين لديهم أفكار مسبقة، لهم قيمهم، لهم إحكامهم، ولهم تحيزاتهم،... الخ وفق كل اعتبار، إنهم نتاج المجتمع الذين يعيشون فيه ويمارسون فيه عملهم، زيادة على ذلك الصحفيون يعملون في ظل مجموعة من الضغوط والقيود أن تحظى بالدراسة والبحث العلمي كذلك كتب هالوران ما يلي فيما يتعلق بالحاجة إلى دراسات والبحوث الإعلامية المتعلقة بالرجال الإعلام⁽¹⁾.

لكن المستويات العليا للتخطيط الاقتصادي والهمل السياسي بقيت تقريبا بدون دراسة الأسئلة الكبيرة والعريضة نادرا ما تطرح هناك محاولات منظمة قليلة لدراسة رجل الإعلام كواحد من هؤلاء الذين يحتلون منصبا حساسا ورئيسيا في شبكة اجتماعية، يرفض ويختار المعلومات تجاوبا مع عدة ضغوط كلها توجد في إطار نظام اجتماعي معين.

يرى كاري أن البعد الثالث للثورة الاتصالية والذي يتمثل في بروز دور الصحفي المحترف، لم يبحث بعد تساؤلات مثل ما هو أصل الدور الوظيفي التي تشكله بطريقة جماعية الوظائف التي يخدمها الدور أو القوانين والضغوط التي تقيد أصحاب الدور لم تطرح بعد .

(1): د.محمد قراط: مرجع سبق ذكره، ص26.

الفصل الثاني.....

جبر على سبيل المثال ينادي سوسيولوجية الصحافي موضوع معقد للدراسة. أولاً، لأن الصحفي يحتل مكاناً مهماً في التحكم في تدفق المعرفة والأخبار، ثانياً لأن الصحفي حبيس أفكاره المسبقة وانحيازه وضحية استعماله من طرف رجال الدعاية الذين يهدفون إلى توجيه فهمه للأحداث .

يقول جرينر في هذا السياق: إن كل قرار لتبليغ شيء هو في نفس الوقت قرار لحذف شيء آخر إن ما يقدم ما هو الإنتاج لضغوط التنافس فيما بينهم من عبر عوائق نفسية منظمة يعيش رجال الإعلام في مناخ الضغوط تنافسية حادة تتمثل في ضغوط شخصية وضعية، اجتماعية، تأسيسية.

أما ورايت فإنه يرى أن رجال الإعلام ، رغم دورهم المهم في عملية الاتصال فإنهم لو يحظوا باهتمام الباحثين، ويقول ورايت في هذا السياق: (1)

إن الدراسة السوسيولوجية لرجال الإعلام همشت ولم تحظ بالاهتمام اللازم منذ زمن بعيد إذا ما قورنت باهتمامات الأبحاث الأخرى بعملية الاتصال خاصة دراسة المحتوى وديمغرافية الجمهور.

في نفس السياق، وبعد دراستهم لواقع أبحاث الإعلام والاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية، يؤكد كل من ويفر وقرين بعد المرسل لم يأخذ نصيبه من الأبحاث الإعلامية ولم يعط الأهمية التي يستحقها من قبل الباحثين.

ويفر و ويلهويت حفظا على نفس الرأي في 1986 في خاتمة كتابه *The American Journalist* تجدر الإشارة رغم ما تقدم إن السنوات الأخيرة جلب الصحافيين اهتمام باحثوا الإعلام والاتصال مما أدى إلى ظهور عدد لا يستهان من الأبحاث خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا الغربية .

نتيجة لهذه الوضعية يدعوا ورايت إلى إتباع طريقة جديدة تركز على المتطلبات والشروط اليومية للعمل الصحفي والتي تؤثر على المحتوى النهائي للصحيفة أو الراديو أو التلفزيون .

إن الأخذ بالطرق الثلاثة السابقة سيكون منهجية البحث الأمثل والنظم والعلمي لدراسة الصحفي من زوايا مختلفة يتمكن الباحث بمقتضاها شرح وتحليل الدور المعقد الذي يلعبه الصحفي في مؤسسة معقدة ومجتمع معقد كذلك.

يمكن القول أن هناك أكثر من سبب للتحقيق والبحث والبعد الثالث للاتصال أو سوسيولوجية الصحفي يرى ماكويل أنه يجب على العلماء الاجتماع دراسة رجال الإعلام للأسباب التالية:

(1) : د. محمد قراط: نفس المرجع، ص 26

.....الفصل الثاني.....

- من هم نظرا للامتيازات التي يتمتعون بها للوصول والحصول على المعلومات والمعرفة ونظرا للدور الذين يلعبونه كحراسة البوابة أو كمراقبين.
- النظر في طريقة فهمهم لدورهم وفي كيفية نظرهم لجمهورهم.
- التحقيق في تأثير المؤسسة الإعلامية والإطار البيروقراطي التي تعمل فيه، على المنتج النهائي - الرسائل.
- تقييم تأثير الخلفية الاجتماعية، القيم الشخصية، القوانين المهنية الأخلاقية على عملية الاختيار والمراقبة التي يقوم بها الصحفي.

وينفر وقرى في مقالهم: " Journaliste And Mass Communication Research In

The United States Past Present And Future يلحان على علماء الاتصال أن ينظروا في آثار المناخ السوسولوجي والفكري على القيم الإخبارية والسلوكيات والأداء ويرى الباحثان أن هناك حاجة ملحة للنظر في:

تأثير عوامل عدة كالخلفية العائلية، الشخصيات، التكوين الصحفي، محيط العمل داخل قاعة التحرير، حجم المؤسسة الإعلامية، نوعية ملكية المؤسسة الإعلامية... الخ وعلى السلوكيات والقيم المهنية للصحفيين، ومستوى الرضا في عملهم، كيف يفهمون دورهم في المجتمع وكيف يؤدون أعمالهم. (1)

(1) : د. محمد قراط: نفس المرجع، ص 27.

5- شروط القائم بالاتصال في المؤسسة:

حددها الباحث ديفيد برلو: في النقاط التالية:

- توافر مهارات الاتصال وهي خمسة مهارات "الكتابة، التحدث، القراءة، الإنصات، القدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال"
- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه ويؤثر على فعالية الاتصال
- معرفة السياسة الإعلامية للمؤسسة ويتم معرفة ذلك حسب وارين بريد بعد عدة طرق منها:
 - القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة.
 - المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة.
 - عن طريق الاحتكاك مع الزملاء ذوي الخبرة في المؤسسة.
 - عن طريق الخبرة⁽¹⁾

(1): نجوى فوال: القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992، ص 05.

6- مهمة القائم بالاتصال في المؤسسة:

جملة المهام التي يؤديها القائم بالاتصال سواء داخل المؤسسة أو خارجها.

أ- الاتصال الداخلي: ويتمثل في :

- وضع مجلة للمؤسسة.
- الإشراف على سير عملية الاتصال النازل بين أقسام المؤسسة.
- التحضير للاجتماعات التي تقام في المؤسسة.
- القيام بالرد على كل ما يسمى بصورة المؤسسة.

ب- الاتصال الخارجي ويتمثل في:

- البرمجة للحملات التحسيسية المختلفة.
- تمثيل المؤسسة في مختلف وسائل الإعلام.
- تقديم المعلومات والمستجدات للصحفيين والإذاعة بالمعلومات مثلا عند حدوث شيء جديد كتزويد منطقة بالغاز.

هنا يتجسد دور القائم بالاتصال في إعلام الصحفيين بهذا الحدث قصد تغطيته (1)

(1) : نجوى فوال: نفس المرجع، ص06

خلاصة الفصل:

من خلال كل ما ورد نستخلص بأن القائم بالاتصال هو جوهر العملية الاتصالية بحيث يقوم بدور رئيسي في صناعة الرسالة الإعلامية في مكانة إستراتيجية تؤهله لتكوين الرأي العام وتوجيهه وفق ما يقدمه للجمهور من خلال مخرجات وسائل الإعلام، وبرغم من كل الضغوط والعوامل البيئية لطبيعة العمل التي يتعرض لها خلال أداء دوره والتي تنعكس سلبا على أداءه لذا وجب الاهتمام به من حيث الظروف المادية والبيئية لظروف العمل المحيطة به .

الفصل التطبيقي
القائم بالاتصال
في الإذاعة الجهوية قالمة

الجدول رقم (01)

توزيع أفراد العينة حسب مدى مصداقية الإدارة في توزيع مراقبة المهام حسب الجنس.

المواضيع	الجنس		ذكور		أنثى		المجموع	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
ايجابية	06	30	10	50	16	80		
سلبية	02	10	1	5	03	15		
محايدة	00	00	1	5	01	5		
المجموع	08	40	12	60	20	100		

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 80% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن مصداقية الإدارة في توزيع ومراقبة المهام ايجابية .

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه مهام الإدارة نحو الأفراد العاملين بنسبة 50%، ونسبة الذكور التي تقدر بـ 40% أجابت حول مهام الإدارة ايجابية بنسبة تقدر بـ 30% . وهذا راجع إلى قيام الإدارة بمهامها بكل مصداقية وشفافية اتجاه العمال في المؤسسة والعمل بمبدأ المساواة بين العمال وهذا ما يعكس الصورة المؤسسة في الجودة على أداؤها.

الجدول رقم (02):

توزيع أفراد العينة حسب مدى مصداقية الإدارة في توزيع ومراقبة المهام حسب السن.

المجموع		35-أكثر		(30-35)		(25.30)		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
85	17	25	5	40	8	20	04	إيجابية
10	2	5	1	5	1	00	0	سلبية
5	1	00	0	5	1	00	0	محايدة
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 85% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على مصداقية الإدارة في توزيع ومراقبة المهام على أنها إيجابية .
 ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (30-35) أعطت إجابتها على أن مصداقية الإدارة إيجابية وبنسبة 40%،
 أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية فيما يخص مصداقية الإدارة في توزيع ومراقبة المهام بين العمال، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها جميعهم على أنها إيجابية بحتة إي بنسبة 20%.
 وهذا يدل على مصداقية المدير والإدارة على حسن سير العمل بين العمال .

الجدول رقم (03):

توزيع أفراد العينة حسب مصداقية الإدارة في توزيع ومراقبة المهام حسب المستوى التعليمي:

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى المواضيع
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
80	16	5	1	40	8	35	7	ايجابية
15	03	00	0	10	2	5	1	سلبية
5	1	00	0	5	1	00	0	محايدة
100	20	5	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 80% من جميع المستويات العلمية عبرت عن مصداقية الإدارة في توزيع ومراقبة المهام بأنها ايجابية .

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن مصداقية الإدارة على أنها ايجابية وبنسبة 40%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص سياسة ومصداقية الإدارة في توزيع ومراقبة المهام بين العملاء على أنها ايجابية وبنسبة 5% فهي تمثل فئة الدكتوراه وكانت الإجابة على أنها ايجابية .

وهذا إن دل على شيء فهو يدل على تمكن الإدارة من توزيع المهام باحترافية بين العمال في المؤسسة وبدون فوارق.

الجدول رقم (04):

توزيع الأفراد العينة حسب مصداقية الإدارة في توزيع و مراقبة المهام حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع		مطلق(ة)		ارمل(ة)		متزوج(ة)		اعزب(ة)		حالة اج المواضيع
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
80	16	5	1	00	0	40	8	35	7	ايجابية
15	3	00	00	00	0	10	2	5	1	سلبية
5	1	00	00	00	0	5	1	00	0	محايدة
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن النسبة 80% تعبر عن رضا جميع الفئات من الحالة الاجتماعية على العمل التي تقوم به الإدارة من مراقبة المهام وتوزيعه بين العاملين في المؤسسة ودون فوارق. ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبرت عن رضائها بالمجهود التي تقوم به الإدارة وأعطت ردة الفعل في الإجابة على السؤال بالاجابية وبنسبة 40%، أما نسبة 40% من الفئة فهي تعود إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة عن مصداقية الإدارة بالاجابية بنسبة 35% ، ونسبة المطلق فهي 5% فهي عبرت بإيجابية عنها بنسبة 5% .

الجدول رقم (05):

توزيع أفراد العينة حسب مدى حسن سير العلاقات مع رؤساء العمل حسب الجنس:

المجموع		ذكور		إناث		الجنس المواضيع
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
90	18	35	7	55	11	جيدة
10	02	5	1	5	01	متوسطة
00	0	00	0	00	00	ضعيفة
100	20	40	8	60	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن حسن سير العلاقات مع الرؤساء هي علاقة جيدة .
 وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشككين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه علاقتهم بالرؤساء سواء كانت علاقة صاعدة أو نازلة أي من الرئيس إلى العامل أو العكس بنسبة 55%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حول هاته العلاقة بالجيدة ونسبة تقدر ب30% .
 وهذا راجع إلى قيام الرئيس بسياسة تواصل جيدة بينه وبين الأطراف الآخرين وكسب ثقة عماله وعملية توطيد العلاقة بين الجميع.

الجدول رقم (06):

توزيع أفراد العينة حسب مدى حسن سير العلاقات مع الرؤساء العمل حسب السن.

المجموع		35-أكثر		35-30		30-25		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
90	18	30	6	45	9	15	3	جيدة
10	2	00	0	5	1	5	1	متوسطة
00	0	00	0	00	0	00	0	ضعيفة
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على مدى حسن سير العلاقة بين العمال والرؤساء على أنها جيدة .
 ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (30-35) أعطت إجابتها على هاته العلاقة بين الرئيس والعمال على أنها ايجابية وبنسبة 45%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك ايجابية وجيدة فيما يخص العلاقة بين العمال والرئيس، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها جميعهم على أنها جيدة وبنسبة 15%.
 وهذا يدل على ذكاء المدير والرؤساء في كسب ثقة العمال وهذا يعكس حسن سير العمل بين العمال والمدير.

الجدول رقم (7):

توزيع العينة حسب حسن سير العلاقات مع رؤساء العمل حسب المستوى التعليمي.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى المواضيع
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
90	18	00	0	50	10	40	8	جيدة
10	2	5	01	5	01	00	0	متوسطة
00	00	00	00	00	00	00	0	ضعيفة
100	20	5	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من جميع المستويات العلمية عبرت عن مدى حسن سير العلاقة بين العمال والمدراء في المؤسسة بأنها جيدة .

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن حسن سير العلاقة على أنها ايجابية وبنسبة 50%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص العلاقة القائمة في المؤسسة الإعلامية بين العملاء والرؤساء على أنها ايجابية وبنسبة 40%، أما بالنسبة إلى فئة الدكتوراه فهي تشمل 5% وكانت الإجابة على أنها علاقة متوسطة .

وهذا ما يدل على تمكن الرؤساء من القيام بالمهام الموكلة إليهم باحترافية بين العمال في المؤسسة ووضع التكتل على جنب لكي لا ينعكس على المؤسسة بطريقة سلبية.

الجدول رقم (08):

توزيع العينة حسب حسن سير العلاقات مع رؤساء العمل حسب الحالة الاجتماعية.

حالة اج المواضيع	اعزب(ة)		متزوج(ة)		ارمل(ة)		مطلق(ة)		المجموع	
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
جيدة	7	35	10	50	0	00	0	0	18	90
متوسطة	1	5	1	5	0	00	01	05	02	10
ضعيفة	0	00	0	0	0	00	00	00	0	0
المجموع	8	40	11	55	0	00	1	5	20	100

يتضح من خلال الجدول التالي: أن النسبة 90% تعبر عن رضا جميع الفئات من الحالة الاجتماعية على العلاقة الموجودة بين المدير ورؤساء العمل من جهة والعمال من جهة أخرى في المؤسسة ودون فوارق. ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبرت عن رضائها على العلاقة التي هي سائدة بين الجميع اتجاه الرؤساء وكانت الإجابة على السؤال بالاجابية وبنسبة 50%، أما نسبة 40% من الفئة فهي تعود إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة عن العلاقة وسيرها مع الرؤساء بالرضا بنسبة 35% ، ونسبة المطلقين فهي 5% فهي عبرت عنها بالمتوسطة بنسبة 5% .

الجدول رقم (09):

توزيع أفراد العينة حسب مدى جدية علاقاتك مع زملائك حسب الجنس.

المجموع		ذكور		اناث		الجنس المواضيع
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
75	15	30	6	45	9	مقبولة
15	03	05	1	10	2	نوعا ما
10	02	05	1	5	1	ضئيلة
100	20	40	08	60	12	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه: بأن نسبة 95% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن مدى جدية العلاقة السائدة بين العاملين فيما بينهم هي علاقة مقبولة.
 وتمثل نسبة 60% من الفئة الأولى وهي الجنس الناعم أي الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم مقبولة اتجاه العلاقة بين العمال من نفس المستوى في المؤسسة بنسبة 45%، ونسبة الذكور من أفراد هاته العينة والتي تقدر نسبتهم 40% فقد أجابوا على هاته العلاقة بالعلاقة المقبولة بنسبة تقدر بـ 30% .
 وهذا راجع إلى الحس بالمسؤولية بين الأفراد ومصداقية وشفافية اتجاه العمال فيما بينهم في المؤسسة والعمل الأخوة والمساواة بين بعضهم.

الجدول رقم: (10)

توزيع أفراد العينة حسب مدى جدية علاقتك مع زملائك حسب السن

المجموع		35-اكث		35-30		30-25		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
90	15	25	5	40	8	10	2	مقبولة
10	3	00	0	10	2	5	1	نوعا ما
00	2	5	1	00	0	5	1	ضئيلة
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 75% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على مدى حسن العلاقة بين العامل زملاء على أنها مقبولة .
 ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجابتها على هاته العلاقة على أنها ايجابية وبنسبة 40%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية وجيدة فيما يخص العلاقة بين العمال وذلك بنسبة تقدر ب 25%، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (30 - 25) وعبروا عنها جميعهم على أنها جيدة وبنسبة 10%.
 وهذا يدل على الذكاء الذي يتمتع به العامل في هاته المهنة وحسن تقدير المواقف بين الزملاء والعمل على وحدة المؤسسة.

الجدول رقم 11:

توزيع أفراد العينة حسب مدى جدية علاقتك مع زملائك حسب المستوى التعليمي

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى المواضيع
النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
75	15	5	1	40	8	30	6	مقبولة
15	3	00	00	10	2	5	1	نوعا ما
10	2	00	00	5	1	5	1	ضئيلة
100	20	5	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 75% من جميع المستويات العلمية عبرت عن مدى حسن سير العلاقة بين العامل وزميله سواء داخل المؤسسة أو خارجها بأنها جيدة وكانت الإجابة بأنها علاقة مقبولة. تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن حسن سير العلاقة على أنها مقبولة وبنسبة 40%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص العلاقة القائمة في المؤسسة الإعلامية بين العملاء على أنها ايجابية وبنسبة 30%، أما بالنسبة إلى فئة الدكتوراه فهي تشمل 5% وكانت الإجابة على أنها علاقة مقبولة كذلك .

الجدول رقم: 12

توزيع أفراد العينة حسب مدى جدية علاقتك مع زملائك حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع		مطلق(ة)		ارمل(ة)		متزوج(ة)		اعزب(ة)		حالة إج المواضيع
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
75	15	00	0	00	0	45	9	30	6	مقبولة
15	3	05	01	00	0	5	1	5	1	نوعا ما
10	2	00	00	00	0	5	1	5	1	ضئيلة
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

يتضح من خلال الجدول التالي: أن النسبة 75% تعبر عن رضا جميع الفئات من الحالة الاجتماعية على العلاقة الموجودة بين زملاء العمل .

ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبرت عن رضائها على العلاقة التي هي سائدة بين الجميع وكانت الإجابة على السؤال بالإيجابية وبنسبة 45%، أما نسبة 40% من الفئة فهي تعود إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة عن العلاقة وسيرها مع الزملاء داخل العمل بالمقبولة بنسبة 30% ، ونسبة المطلقين فهي 5% فهي عبرت عنها بالمتوسطة وكانت إجابتهم ب نوعا ما بنسبة 5% .

وهذا يرجع إلى التقدير القائم بين الزملاء والعلاقة الجيدة والاحترام ويمكن القول حتى تقديم المساعدة في بعض الحالات.

الجدول رقم: 13

توزيع أفراد العينة حسب مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل حسب الجنس.

المجموع		ذكور		اناث		الجنس المواضيع
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
30	6	15	3	15	3	مقبولة
60	12	20	4	40	8	نوعا ما
10	02	05	1	5	1	ضئيلة
100	20	40	08	60	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل متوسط.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم متوسطة اتجاه مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل بنسبة 40%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حولها كذلك بالمتوسطة بنسبة تقدر 20%.

وهذا راجع إلى مكان تواجد المعلومات ففي بعض الأوقات تكون سهلة وفي بعض الأحيان تكون صعبة أو مستحيلة لأنها تكون متعلقة بـ أمن مكان أو شخص معين.

الجدول رقم (14):

توزيع أفراد العينة حسب مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل حسب السن.

الموضوع	35 فأكثر		35-30		30-25		السن المواضيع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	
كبيرة	6	20	4	10	2	00	0
متوسطة	12	10	2	35	7	15	3
ضعيفة	2	00	0	5	1	5	1
المجموع	20	30	6	50	10	20	4

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل على أنها متوسطة .
 ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (30-35) أعطت إجابتها على توفر المعلومات والحصول عليها بالمتوسطة وبنسبة 35%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك بالمتوسطة فيما يخص هاته المعلومات والحصول عليها وذلك بنسبة تقدر بـ 20%، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها على أنها متوسطة كذلك وبنسبة 15%.
 وهذا يدل على صعوبة الحصول على المعلومات والسرية التي تتمتع بها هاته المهنة أو المؤسسة.

الجدول رقم (15):

توزيع أفراد العينة حسب مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل حسب المستوى التعليمي .

المواضيع	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة	تكرار	النسبة
كبيرة	4	20	3	15	0	00	07	35
متوسطة	4	20	7	35	0	00	11	55
ضعيفة	0	20	1	5	1	05	2	10
المجموع	8	40	11	55	1	05	20	100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 55% من جميع المستويات العلمية عبرت عن مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل بأنها متوسطة.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن توفر المعلومات والحصول عليه على أنها متوسطة وبنسبة 35%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص العلاقة المعلومات والحصول عليها في المؤسسة الإعلامية على أنها كبيرة بنسبة 20% وفي نفس الوقت متوسطة وبنسبة 20%، أما بالنسبة إلى فئة الدكتوراه فهي تشمل 5% وكانت الإجابة على أنها ضعيفة وبنسبة 5%.

الجدول رقم (16):

توزيع أفراد العينة حسب مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع	مطلق (ة)		ارمل (ة)		متزوج (ة)		اعزب (ة)		الجنس المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
30	06	00	0	00	0	15	3	15	3	كبيرة
60	12	00	0	00	0	35	7	25	5	متوسطة
10	02	5	1	00	0	5	1	00	0	ضعيفة
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60 من جميع الفئات الحالة الاجتماعية يرونا مدى توفر المعلومات والحصول عليها في العمل متوسطة.

ونسبة 55 من فئة المتزوجين يرونا بأن الحصول على المعلومات متوسطة بنسبة 35 وفئة العزب التي تتمثل في

40 أجابت بأن الحصول على المعلومات وتوفرها في المؤسسة الإعلامية متوسط وكانت واجباتهم بنسبة 25 .

وهذا راجع إلى ندرة المعلومات وأهميتها في بعض الأحيان مثل معلومات التي تخص الحكومة.

الجدول رقم (17):

توزيع الأفراد حسب توفر مناخ الابتكار والتطوير في الأداء حسب الجنس.

المجموع		ذكور(ة)		إناث		الجنس المواضيع
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
65	13	30	6	35	7	نعم
30	06	10	2	20	4	إلى حد ما
05	01	00	0	5	1	لا
100	20	40	8	60	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 65% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن مناخ الابتكار والتطور في الأداء موجود في إدارة المؤسسة.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم بنعم اتجاه توفر مناخ الابتكار والتطوير في الأداء في الإدارة نحو الأفراد العاملين بنسبة 35%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حول توفر مناخ الابتكار والتطوير بنعم كذلك بنسبة تقدر بـ 30%.

وهذا راجع إلى المهام التي تقوم بها الإدارة من أجل تقوية المؤسسة وتوفير مناخ العمل للعمال من أجل جودة جيدة.

الجدول رقم (18):

توزيع أفراد العينة حسب توفر مناخ الابتكار والتطوير في الأداء حسب السن.

المجموع		35- فأكثر		(35-30)		(30-25)		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
65	13	15	3	35	7	15	3	نعم
30	06	10	2	15	3	5	1	إلى حد ما
05	01	05	1	00	0	00	0	لا
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 65% من جميع الفئات العمرية ترى توفر مناخ الابتكار وتطوير الأداء الموجود وكانت إجاباتهم بنعم.

نسبة 50 من فئة (30-35) سنة يرون بان توفر مناخ الابتكار والتطوير داخل المؤسسة موجود و كانت إجاباتهم بنعم بنسبة 35% ونسبة 30% من الفئة العمرية (35- فأكثر) سنة يرونها موجودة وكانت إجاباتهم بنسبة 15% والفئة العمرية (25-30) سنة أجابوا على توفرها داخل المؤسسة الإعلامية بنسبة 15 .

وهذا راجع إلى ما تقدمه المؤسسة إلى العمال من تحفيزات لتطوير أدائهم والبلوغ بمؤسسة إلى جودة عالية.

الجدول رقم (19):

توزيع أفراد العينة حسب توفر مناخ الابتكار والتطوير في الأداء حسب المستوى التعليمي

المواضيع	مستوى	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
		تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	النسبة
نعم		7	35	06	30	00	00	13	65
إلى حد ما		1	5	04	20	01	05	06	30
لا		0	00	01	05	00	00	01	05
المجموع		8	40	11	55	01	05	20	100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أن توفير المناخ الابتكار والتطوير في الأداء موجود.

ونسبة 55% من فئة المتحصلة على شهادة ماستر أجابت بنعم بنسبة 30% أما نسبة 40% من فئة المتحصلة على شهادة ليسانس أجابوا كذلك بنعم بنسبة 35% أما نسبة المتحصلين على الدكتوراه هي 5% كانت إجابتهم بـ 5% على إلى حد ما.

الجدول رقم (20):

توزيع أفراد العينة حسب توفر مناخ الابتكار والتطوير في الأداء حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع	مطلق(ة)		ارمل(ة)		متزوج(ة)		اعزب(ة)		الجنس المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
65	13	05	01	00	0	35	07	25	05	نعم
30	06	00	00	00	0	15	03	15	03	إلى حد ما
05	01	00	00	00	0	05	01	00	00	لا
100	20	05	01	00	0	55	11	40	08	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 65% من جميع الفئات الحالة الاجتماعية يرونا مدى توفر مناخ الابتكار والتطوير في الأداء بأنها متوفرة وأجابوا بنعم.

ونسبة 55% من فئة المتزوجين يرونا بأن مناخ الابتكار والتطوير في الأداء موجود بنسبة 35 وفئة العزب التي تتمثل في 40% أجابت بأنها متوفرة في المؤسسة الإعلامية وكانت واجباتهم بنسبة 25% .

الجدول رقم(21):

توزيع أفراد العينة حسب توفر متطلبات الوظيفة في تحسين العمل حسب الجنس:

المجموع		ذكور		إناث		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
85	17	35	07	50	10	نعم
15	03	05	01	10	02	لا
100	20	40	08	60	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 85% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن توفر متطلبات الوظيفة في تحسين العمل موجود وأجابوا بنعم.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه مهام الإدارة نحو الأفراد العاملين في توفير المتطلبات الوظيفية بنسبة 50%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حولها كذلك بنعم وبنسبة تقدر بـ 35% .

وهذا راجع إلى قيام المؤسسة اتجاه العمال في توفير المتطلبات الوظيفية من أجل تقوية المؤسسة ووضعها ضمن أكبر المشاريع المتخذة للقرار.

الجدول رقم (22):

توزيع أفراد العينة حسب توفر متطلبات الوظيفة في تحسين العمل حسب السن.

المجموع		35- فأكثر		35-30		30-25		السن المواضيع
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
85	17	25	05	40	08	20	04	نعم
15	03	05	01	10	02	00	00	لا
100	20	30	06	50	10	20	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 85% من جميع الفئات العمرية ترى بأن مدى توفر متطلبات الوظيفة في تحسين العمل موجود وكانت الإجابة جيدة.

نسبة 50 من فئة (35-30) سنة يرون بأن المتطلبات الوظيفية موجودة داخل المؤسسة وكانت إجاباتهم بنعم بنسبة 40% ونسبة 30% من الفئة العمرية (35- فأكثر) سنة يرونها موجودة وكانت إجاباتهم بنسبة 25% والفئة العمرية (30-25) سنة أجابوا على توفرها داخل المؤسسة الإعلامية بنسبة 20%.

الجدول رقم (23):

توزيع أفراد العينة حسب توفر متطلبات الوظيفة في تحسين العمل حسب المستوى التعليمي:

المواضيع	مستوى	ليسانس		ماستر		دكتوراه(ة)		المجموع	
		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة	تكرار	النسبة
نعم		07	35	09	45	01	05	17	85
لا		01	5	02	10	00	00	03	15
المجموع		08	40	11	55	01	05	20	100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 85% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أن المتطلبات الوظيفية موجودة من أجل تحسين العمل.

ونسبة 55% من فئة المتحصلة على شهادة ماستر أجابت بنعم بنسبة 45% أما نسبة 40% من فئة المتحصلة على شهادة ليسانس أجابوا كذلك بنعم بنسبة 35% أما نسبة المتحصلين على الدكتوراه هي 5% كانت إجاباتهم بـ 5% بنعم.

الجدول رقم (24):

أفراد العينة حسب توفر متطلبات الوظيفة في تحسين العمل حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع	مطلق(ة)		ارمل(ة)		متزوج(ة)		اعزب(ة)		حالة إج المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
85	17	05	01	00	0	45	09	35	07	نعم
15	03	00	00	00	0	10	02	05	01	لا
100	20	05	01	00	0	55	11	40	08	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن النسبة 85% تعبر عن رضا جميع الفئات من الحالة الاجتماعية على العمل التي تقوم به الإدارة في توفير المتطلبات الوظيفية في تحسين العمل.

ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبروا عن هاته المتطلبات بنعم وبنسبة 45%، أما نسبة 40% من الفئة فهي تعود إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة عنها بنعم بنسبة 35% ، ونسبة المطلقين فهي 5% فهي عبرت بإيجابية بنسبة 5% .

وتعود هاته الأسباب إلى توفر المتطلبات الأساسية للوظيفة من أجل تطوير العمل والمؤسسة لتقديم معلومات قيمة.

الجدول رقم (25):

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجية حديثة لتقليل من أعباء العمل حسب الجنسين.

الجنس المواضيع	إناث		ذكور		المجموع	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة
نعم	11	55	8	40	19	95
لا	1	5	0	00	1	5
المجموع	12	60	8	40	20	100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 95% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن المؤسسة تحتوي على وسائل تكنولوجية حديثة لتقليل من أعباء العمل.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه هاته الوسائل الحديثة بنسبة 55%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حول الوسائل التي تساعدهم في معالجة المعلومات بنسبة تقدر بـ 40%.

وهذا راجع إلى قيام الإدارة بتوفير الوسائل الحديثة لتقليل من أعباء العمل ولتوفير الوقت والجهد للعمال.

الجدول رقم (26)

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجيا حديثة لتقليل من أعباء العمل حسب السن.

المجموع	35-أكثر		35-30		35-25		السن المواضيع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %		
95	19	30	06	45	09	20	04	نعم
05	01	00	00	05	01	00	00	لا
100	20	30	06	50	10	20	04	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 95% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على أنه موجود في المؤسسة الإعلامية وسائل تكنولوجيا حديثة.

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (30-35) أعطت إجابتها على هاته الوسائل التي تساعدهم في أعباء العمل بنسبة 45%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية اتجاه الوسائل الحديثة في المؤسسة بنسبة 30%، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها جميعهم على أنها موجودة وبنسبة 20%.

وهذا يدل على توفير المؤسسة لوسائل تكنولوجيا حديثة لتخفيف الأعباء عن العاملين في المؤسسة لإعطائهم الوقت والجهد المناسبين.

الجدول رقم (27):

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجيا حديثة لتقليل من أعباء العمل حسب المستوى التعليمي.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى المواضيع
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
95	19	05	01	50	10	40	08	نعم
05	01	00	00	5	01	00	00	لا
100	20	05	01	55	11	40	08	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 95% من جميع المستويات العلمية عبرت عن توفر الوسائل التكنولوجية الحديثة لتقليل من أعباء العمل موجودة في المؤسسة.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن توفر هاته الوسائل وبنسبة 50%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص الوسائل الحديثة موجودة في المؤسسة الإعلامية على أنها مفيدة بنسبة 40%، أما بالنسبة إلى فئة الدكتوراه فهي تشمل 5% وكانت الإجابة على أنها متوفرة كذلك وبنسبة 5%.

ويرجع هذا إلى علم الإدارة بأن هاته الوسائل أكثر من ضرورية لنهوض بالمؤسسة إلى قوة كبيرة داخل المجتمع.

الجدول رقم (28):

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجية حديثة لتقلق من أعباء العمل حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع	مطلق (ة)		أرمل (ة)		متزوج (ة)		أعزب (ة)		حالة إج المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
95	19	05	01	00	0	50	10	40	08	نعم
05	01	00	00	00	0	05	1	00	00	لا
100	20	05	01	00	0	55	11	40	08	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن النسبة 95% تعبر عن رضا جميع الفئات من الحالة الاجتماعية على ما توفره الإدارة من المتطلبات والوسائل الحديثة لتحسين العمل داخل المؤسسة الإعلامية. ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبروا عن هاته الوسائل بنعم وبنسبة 50%، أما نسبة 40% من الفئة فهي تعود إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة عنها بنعم بنسبة 40% ، ونسبة المطلقين فهي 5% فهي عبرت بإيجابية بنسبة 5% .

وتعود هاته الأسباب إلى توفر المتطلبات الأساسية للوظيفة من أجل تطوير العمل والمؤسسة لتقديم معلومات قيمة ولمساعدة العمال على كسب الوقت.

الجدول رقم (29)

توزيع أفراد العينة حسب رضا الفرد عن عمله حسب الجنس

المجموع		ذكور		أنثى		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
75	15	30	6	45	09	نعم
25	5	10	2	15	03	إلى حد ما
00	00	00	0	00	00	لا
100	20	40	8	60	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 75% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأنهم راضون في العمل وأجابوا بنعم.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه الرضا في الوظيفة بنسبة 45%، ونسبة الذكور التي تقدر بـ 40% أجابت حولها كذلك بنعم وبنسبة تقدر بـ 30% .

وهذا راجع إلى قيام المؤسسة بتلبية الرغبات التي يحتاجها العامل وتساعدته في تحقيق أشياء شخصية وعملية.

الجدول رقم (30):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا الوظيفي للفرد العامل داخل المؤسسة حسب السن

المجموع		35-أكثر		(30-35)		(25.30)		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
75	15	25	5	35	7	15	3	نعم
10	5	5	1	15	3	5	1	نوعا ما
00	0	00	0	0	0	00	0	لا
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 75% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها بنعم على الرضا الوظيفي داخل المؤسسة .

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (30-35) كانت إجابتها ايجابية وبنسبة 35%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية فيما يخص الرضا الوظيفي على العمل والمؤسسة بنسبة 25، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها جميعهم على أنها ايجابية إي بنسبة 15%.

وهذا يدل على أن الإدارة تقدم الدعم الكافي للعمال وتغطي لهم احتياجاتهم سواء المادية أو المعنوية.

الجدول (31)

توزيع أفراد العينة حسب مدى الرضا الوظيفي للفرد حسب المستوى التعليمي

المجموع	دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى المواضيع	
	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
75	15	00	0	45	8	35	7	ايجابية
25	5	5	1	15	3	5	1	سلبية
00	0	00	0	0	0	00	0	محايدة
100	20	5	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 75% من جميع المستويات العلمية عبرت عن ايجابية الرضا الوظيفي لديهم داخل المؤسسة.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عنها بإيجابية وبنسبة 45%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص الرضا لديهم على العمل داخل المؤسسة الإعلامية على أنها ايجابية بنسبة 35، ونسبة 5% فهي تمثل فئة الدكتوراه وكانت الإجابة على أنها ايجابية .

وهذا إن دل على شيء فهو يدل على الرضا من طرف العمال على عدة أسباب وأهمها توفر الدخل المالي الكافي للعيش بكرامة.

الجدول رقم (32)

توزيع أفراد العينة حسب الرضا الوظيفي على العمل حسب الحالة الاجتماعية

المجموع		مطلق(ة)		ارمل(ة)		متزوج(ة)		اعزب(ة)		حالة اج المواضيع
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
75	15	00	0	00	0	40	8	35	7	ايجابية
15	3	5	1	00	0	15	3	5	1	سلبية
00	00	00	0	00	0	00	0	00	0	محايدة
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن النسبة 75% تعبر عن رضا جميع الفئات من الحالة الاجتماعية على

العمل.

ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبرت عن رضائها بالجهود التي تقوم به الإدارة وأعطت ردة الفعل في

الإجابة على السؤال بالاجابية وبنسبة 40%، أما نسبة 40% من الفئة فهي تعود إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة

عنها بالاجابية بنسبة 35% ، ونسبة المطلق فهي 5% فهي عبرت سلبية عنها بنسبة 5% .

الجدول رقم (33)

توزيع أفراد العينة حسب الرضا عن قواعد الترقية في العمل حسب الجنس.

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
60	12	20	4	40	8	ايجابية
10	2	5	1	5	1	سلبية
30	6	15	3	15	3	محايدة
100	20	40	8	60	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأنهم راضون على قواعد الترقية الموجودة في المؤسسة.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه الإدارة في توفير قواعد الترقية بنسبة 40%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حولها بنسبة تقدر بـ 20% على أنها موجودة. وهذا راجع إلى قيام الإدارة بتوفير فرص الارتقاء للعمال ووضع عنصر المنافسة من أجل تطوير العمل.

الجدول رقم (34):

توزيع أفراد العينة حسب توفر قواعد الترقية في العمل حسب السن.

المجموع		35- أكثر		(35-30)		(25.30)		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
60	12	20	4	35	7	5	1	إيجابية
10	2	0	0	5	1	5	1	سلبية
30	6	10	2	10	2	10	2	محايدة
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على توفر قواعد الترقية على أنها إيجابية .

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجابتها على أن قواعد الترقية موجودة في المؤسسة وبنسبة 35%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية فيما يخص قواعد الترقية بنسبة 20، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها بالحياد بنسبة 10%.

الجدول رقم (35):

توزيع أفراد العينة حسب توفر قواعد الترقية في العمل حسب المستوى التعليمي:

المجموع	دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى المواضيع
	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
60	12	0	25	5	35	7	ايجابية
10	2	0	10	2	00	0	سلبية
30	6	1	20	4	5	1	محايدة
100	20	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من جميع المستويات العلمية عبرت عن وجود قواعد الترقية في العمل.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن توفر قواعد الترقية بالإيجابية وبنسبة 25%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص سياسة الإدارة في توفير قواعد ترقية على أنها ايجابية بنسبة 35 ونسبة 5% فهي تمثل فئة الدكتوراه وكانت الإجابة على أنها محايدة .

الجدول رقم (36):

توزيع أفراد العينة حسب مدى توفر قواعد الترقية في العمل حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع		مطلق (ة)		ارمل (ة)		متزوج (ة)		اعزب (ة)		الجنس المواضيع
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
60	12	00	0	00	0	25	5	35	7	نعم
10	2	00	0	00	0	10	2	00	0	إلى حد ما
30	6	5	1	00	0	20	4	1	1	لا
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من جميع الفئات الحالة الاجتماعية يرونا مدى توفر قواعد الترقية في العمل موجودة.

ونسبة 55% من فئة المتزوجين يرونا بأن قواعد الترقية موجودة في المؤسسة الإعلامية بنسبة 35% وفئة العزب التي تتمثل في 40% أجابت بأنها تتوفر في المؤسسة الإعلامية وكانت واجباتهم بنسبة 35% . وهذا راجع إلى قيام المؤسسة بوضع عنصر التسابق والمنافسة من أجل التقدم.

الجدول رقم (37)

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الحوافز والدورات التكوينية حسب الجنس.

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
60	12	20	4	40	8	نعم
30	6	15	3	15	3	قليل
10	2	5	1	5	1	لا
100	20	40	8	60	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن المؤسسة تعمل على القيام بدورات تكوينية والنظام القائمة عليه.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه الإدارة في توفير الدورات التكوينية بنسبة 40%، ونسبة الذكور التي تقدر بـ 40% أجابوا حولها بنسبة تقدر بـ 20% على أنها موجودة وبطريقة منظمة.

وهذا راجع إلى قيام الإدارة بتنظيم هاته الدورات التكوينية التي تساعد الموظفون على تحسين الأداء.

الجدول رقم (38):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الحوافز والدورات التكوينية حسب السن.

المجموع		35-أكثر		(35-30)		(25.30)		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
60	12	15	3	30	6	15	3	نعم
30	6	10	2	15	3	5	1	قليل
10	2	5	1	5	1	00	0	لا
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على توفر الدورات التكوينية المنظمة من طرف الإدارة. ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجابتها على وجود الدورات التكوينية في المؤسسة ونسبة 30%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية فيما يخص تنظيم الدورات التكوينية بنسبة 20، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها بإيجابية بنسبة 15%.

الجدول رقم (39):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الحوافز والدورات التكوينية المستوى التعليمي:

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
60	12	00	0	25	5	35	7	نعم
30	6	00	1	10	4	5	1	قليل
10	2	5	0	20	2	00	0	لا
100	20	5	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 60% من جميع المستويات العلمية عبرت عن وجود دورات

تكوينية في العمل.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن توفر هاته الدورات التكوينية

بالإيجابية وبنسبة 25%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن

رأيهم فيما يخص سياسة الإدارة في توفير الدورات التكوينية على أنها ايجابية بنسبة 35 ونسبة 5% فهي تمثل فئة

الدكتوراه وكانت الإجابة على أنها محايدة .

وهذا يدل على تكوين عمالها وتطويرهم من خلال تعليمهم من أجل جودة المنتج.

الجدول رقم(40):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الحوافر والدورات التكوينية حسب الحالة الاجتماعية.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من جميع الفئات الحالة الاجتماعية يرونا بأن الدورات

المجموع	مطلق(ة)		ارمل(ة)		متزوج(ة)		اعزب(ة)		الجنس المواضيع
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
60	12	00	0	00	30	6	30	6	نعم
30	6	00	0	00	20	4	10	2	قليل
10	2	5	1	00	5	1	00	0	لا
100	20	5	1	00	55	11	40	8	المجموع

التكوينية موجودة في العمل.

ونسبة 55% من فئة المتزوجين يرونا بأن هاته الدورات موجودة في المؤسسة الإعلامية بنسبة 30% وفئة

العزب التي تتمثل في 40% أجابت بأنها متوفرة في المؤسسة الإعلامية وكانت واجباتهم بنسبة 30% .

وهذا راجع إلى قيام المؤسسة بعمل الدورات من أجل إنجاح العمل على المستوى المحلي والوطني وتطوير

إمكانيات العامل و إخراجهم من دائرة العمل فقط نحو التعلم كذلك.

الجدول رقم (41)

توزيع أفراد العينة حسب وجود عدالة في توزيع الكفاءات والحوافز التشجيعية حسب الجنس.

يمثل الجدول أعلاه: بأن نسبة 70% توزيع أفراد العينة حسب الجنسين ذكور وإناث يرون بأن المؤسسة تعمل

المواضيع	الجنس		ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
نعم	9	45	5	25	14	70
متوسط	2	10	2	10	4	20
لا	1	5	1	5	2	10
المجموع	12	60	8	40	20	100

على العدالة في توزيع الكفاءات والحوافز التشجيعية بين العمال في المؤسسة الإعلامية.

إذ مثلت نسبة 60% أعلى نسبة من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه تسيير في

عدالة في توزيع الكفاءات بنسبة 45%، ونسبة الذكور التي تقدر بـ 40% أجابوا حولها بنعم بنسبة تقدر بـ 25% على أنها موجودة.

وهذا راجع إلى قيام الإدارة بالعدالة من أجل المساواة بين العمال من أجل تحسين الأداء.

الجدول رقم (42):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الحوافز والدورات التكوينية حسب السن.

المجموع		35-أكثر		(35-30)		(25.30)		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
70	14	20	4	40	8	10	2	نعم
20	4	5	1	10	2	5	1	متوسط
10	2	5	1	00	0	5	1	لا
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

يمثل لنا الجدول أعلاه: بأن نسبة 70% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على توفر العدالة طرف الإدارة في توزيع الكفاءات والحوافز التشجيعية.

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجابتها على وجود العدالة في المؤسسة في توزيع الحوافز والكفاءات وبنسبة 40%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجبتها كذلك إيجابية فيما يخص الإدارة بنسبة 20، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها بإيجابية بنسبة 10%.

وذلك راجع إلى أن فئة الشباب كبيرة في النشاط التي تبحث على هاته الحوافز وتعطي لها أهمية كبيرة والإدارة تعمل على تلبية رغبات العمال من خلال الحوافز الكفاءات المقدمة للعمال.

الجدول رقم (43):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الحوافز والدورات التكوينية المستوى التعليمي:

المواضيع	مستوى	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
		تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	النسبة
نعم		6	30	7	35	1	5	14	70
متوسط		1	5	3	15	0	00	4	20
لا		1	5	1	5	0	00	2	10
المجموع		8	40	11	55	1	5	20	100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 70% من جميع المستويات العلمية عبرت عن وجود عدالة في توزيع الكفاءات والحوافز التشجيعية.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن توفر هاته العدالة وأجابوا بنعم وبنسبة 35%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص توفير الكفاءات والحوافز التشجيعية على أنها ايجابية بنسبة 30 ونسبة 5% فهي تمثل فئة الدكتوراه وكانت الإجابة على أنها ايجابية.

وهذا يدل على أن جميع يرضى بالجوائز المقدمة من طرف الإدارة فتلك الحوافز تعبر عن الجهد المبذول من أجل العمل.

الجدول رقم (44):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الحوافر والدورات التكوينية حسب الحالة الاجتماعية.

تمثل نسبة 55% من فئة المتزوجين الذين يرون بأن هاته المحفزات موجودة في المؤسسة الإعلامية بنسبة 40%

المجموع	مطلق(ة)		ارمل(ة)		متزوج(ة)		أعزب(ة)		الجنس المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
60	14	00	0	00	0	40	8	30	6	نعم
20	4	5	1	00	0	10	2	5	1	قليل
10	2	00	0	00	0	5	1	5	1	لا
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

ونجد في الجدول فئة العزب التي تتمثل في 40% أجابت بأنها متوفرة في المؤسسة الإعلامية وكانت واجباتهم بنسبة 30% .

وهذا راجع إلى أن الأشخاص المتزوجون أكثر حاجة إلى هذه المحفزات والكفاءات نظرا لامتلاكهم أسرة بالتالي وحب منح هذه الكفاءات من أجل إشباع الحاجات واللازم الأسرية.

الجدول رقم (45)

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في اتخاذ القرارات والحرية الرأي في العمل حسب الجنس.

يمثل الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% توزيع أفراد العينة حسب الجنسين ذكور وإناث يرون بأن المؤسسة تعمل

المواضيع	الجنس		ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
نعم	11	55	7	35	18	90
متوسط	0	00	1	5	1	5
لا	1	5	0	00	1	5
المجموع	12	60	8	40	20	100

على المشاركة في إدماج عمالها في المشاركة في اتخاذ القرارات وحرية الرأي في العمل داخل المؤسسة الإعلامية. إذ مثلت نسبة 60% أعلى نسبة من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه الإدارة في مشاركة عمالها في اتخاذ القرار وحرية الرأي أجابوا حولها بنعم بنسبة تقدر بـ 55% على أنها موجودة، ونسبة 40% من ذكور المشكلين لأفراد العينة أجابوا كذلك بنعم. وهذا راجع إلى قيام الإدارة بإشراك العمال في المشاركة في الآراء والحرية في الرأي من أجل إدماج العمال داخل المؤسسة للعمل بجدية أكبر.

الجدول رقم (46):

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في اتخاذ القرارات والحرية الرأي في العمل حسب السن.

المواضيع	السن	(25.30)		(35-30)		35-أكثر		المجموع
		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	
نعم		3	15	9	45	6	20	18
متوسط		1	5	0	00	0	00	1
لا		0	00	1	5	0	00	1
المجموع		4	20	10	50	6	30	20
								90
								5
								5
								100

يمثل لنا الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها على توفر المشاركة في اتخاذ القرار وحرية الرأي بأنها موجودة.

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجابتها على وجودها ونسبة 40%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية فيما يخص المشاركة في القرار وحرية الرأي بنسبة 20%، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها بإيجابية بنسبة 15%.

وذلك راجع إلى أن فئة الشباب كبيرة في النشاط التي تبحث على هاته المشاركة وتعطي لها أهمية كبيرة لأنهم يعلمون أن المسؤولية قادمة والإدارة تعمل على تلبية رغبات العمال من خلال إدخالهم في المشاركة في القرارات.

الجدول رقم (47):

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في اتخاذ القرارات والحرية الرأي في العمل حسب المستوى التعليمي:

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
90	18	5	1	50	9	40	8	نعم
5	1	00	0	5	1	00	0	متوسط
5	1	00	0	00	1	00	0	لا
100	20	5	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من جميع المستويات العلمية عبرت عن وجود المشاركة في اتخاذ القرارات والحرية الرأي.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن توفر هاته المشاركة وأجابوا بنعم وبنسبة 50%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما فيها على أنها ايجابية بنسبة 40% ونسبة 5% فهي تمثل فئة الدكتوراه وكانت الإجابة على أنها ايجابية.

الجدول رقم (48):

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في اتخاذ القرارات والحرية الرأي في العمل حسب الحالة الاجتماعية.

المجموع	مطلق (ة)		ارمل (ة)		متزوج (ة)		اعزب (ة)		الجنس المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
90	18	00	0	00	0	50	10	40	8	نعم
5	1	5	1	00	0	00	0	00	0	قليل
5	1	00	0	00	0	5	1	00	0	لا
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

تمثل نسبة 90% من فئة المتزوجين الذين يرونا بأن المشاركة في القرارات وحرية الرأي موجودة في المؤسسة الإعلامية بنسبة 50% ونجد في الجدول فئة العزب التي تتمثل في 40% أجابت بأنها متوفرة في المؤسسة الإعلامية وكانت واجباتهم بنسبة 40%. ونسبة المطلقين التي تقدر بـ 5% أعطت إجابتها بالمتوسطة . وهذا راجع إلى العمل التي تقوم به الإدارة ففي تحسين العمل و إدخال عنصر المرح على العمال.

الجدول رقم (49):

توزيع أفراد العينة حسب مدى الرضا عن الإحساس بالتقدير الذاتي من خلال إنجازات العمل حسب الجنسين.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن المؤسسة تراعي

المجموع		ذكور		إناث		الجنس المواضيع
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
90	18	35	7	55	11	راضي
10	2	5	1	5	1	غير راضي
100	20	40	8	60	12	المجموع

ظروف الرضا عن الإحساس بتقدير للعمال من خلال إنجازات العمل.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه هذا الرضا بنسبة

55%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حول هذا الرضا بنسبة تقدر بـ 35%.

وهذا راجع إلى قيام الإدارة بتقدير العاملين داخل المؤسسة بالتقدير والاحترام إحساس العامل على أنه مقدر

من خلال إنجازاته.

الجدول رقم (50)

توزيع أفراد العينة حسب الرضا عن الإحساس بالتقدير الذاتي من خلال إنجازات العمل حسب السن.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجاباتها

المواضيع	35-25		35-30		35-اكتر		المجموع
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة	
راضي	04	20	09	45	5	25	18
غير راضي	00	00	01	05	1	5	2
المجموع	04	20	10	50	06	30	20

على أن الرضا الوظيفي موجود لدى العمال في المؤسسة وبنسبة كبيرة.

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجاباتها على هذا الرضا بالتقدير من خلال الإنجازات موجود بنسبة 45%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجاباتها ايجابية بنسبة 25%، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (25 - 30) وعبروا عنها جميعهم على أنها موجودة وبنسبة 20%.

وهذا يدل على توفير لظروف التي تساعد جميع الفئات العمرية من أجل التطور ومن أجل الحصول على منتج

جيد.

الجدول رقم (51):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا عن الإحساس بالتقدير الذاتي من خلال إنجازات حسب المستوى التعليمي.

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 90% من جميع المستويات العلمية عبرت عن توفر الرضا عن

المواضيع	مستوى	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
		تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	النسبة
راضي		07	35	10	50	01	05	18	90
غير راضي		1	00	01	5	00	00	2	10
المجموع		08	40	11	55	01	05	20	100

الإحساس بالتقدير الذاتي في المؤسسة.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على شهادة الماستر وعبروا عن توفر هذا الرضا وبنسبة 50%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما يخص الرضا عن الإحساس بالتقدير الذاتي في المؤسسة الإعلامية على أنه موجود وعبروا عنه بالرضا بنسبة 35%، أما بالنسبة إلى فئة الدكتوراه فهي تشمل 5% وكانت الإجابة على أنها متوفرة كذلك وبنسبة 5%.

الفصل الثالث.....

الجدول رقم (52):

توزيع أفراد العينة حسب وجود الرضا عن الإحساس بالتقدير الذاتي من خلال إنجازات حسب الحالة الاجتماعية.

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن النسبة 90% تعبر عن رضا جميع الفئات من الحالة الاجتماعية على

المجموع	مطلق(ة)		أرمل(ة)		متزوج(ة)		أعزب(ة)		حالة إج المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
90	18	05	1	00	0	45	10	40	08	راضي
10	2	00	0	00	0	10	2	00	00	غير راضي
100	20	05	01	00	0	55	11	40	08	المجموع

الإحساس بتقدير الذاتي من خلال إنجازات العمل داخل المؤسسة الإعلامية.

ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبروا عن هذا الرضا ونسبة 45%، أما نسبة 40% من الفئة فهي تعود

إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة عنها بنعم بنسبة 40%، ونسبة المطلقين فهي 5% فهي عبرت عنها بإيجابية بنسبة 5%.

الجدول رقم (53):

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجية حديثة لتقليل من أعباء العمل حسب الجنسين.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 80% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأن أعباء العمل ملائمة

المجموع		ذكور		إناث		الجنس المواضيع
نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
80	16	35	7	45	9	نعم
20	4	5	1	15	3	لا
100	20	40	8	60	12	المجموع

للمجهود وساعات العمل.

وتمثل نسبة 60% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم ايجابية اتجاه ملائمة أعباء العمل

للمجهود وساعات العمل بنسبة 45%، ونسبة الذكور التي تقدر 40% أجابت حول الملائمة بنسبة تقدر بـ 35%.

الجدول رقم (54)

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجية حديثة لتقليل من أعباء العمل حسب السن.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 80% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها

المجموع	35-اكث		35-30		35-25		السن المواضيع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %		
80	16	25	5	40	8	15	3	نعم
20	4	5	1	10	2	5	1	لا
100	20	30	06	50	10	20	04	المجموع

على ملائمة أعباء العمل لمجهود العمال لجميع الفئات العمرية وساعات العمل في المؤسسة الإعلامية.

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجابتها عليها بنعم بنسبة 40%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك إيجابية اتجاه الوسائل ملائمة أعباء العمل للمجهود وساعات العمل بنسبة 25%، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (30 - 25) وعبروا عنها جميعهم على ملائمة وبنسبة 15%.

وهذا يدل على توفير المؤسسة لظروف العمل للحصول على منتج جيد وتقوم بمساعدة عمالها وتوفير جميع المتطلبات لعمل أحسن.

الفصل الثالث.....

الجدول رقم (55):

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجيا حديثة لتقليل من أعباء العمل حسب المستوى التعليمي.

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 80% من جميع المستويات العلمية عبرت عن مدى ملائمة أعباء العمل لمجهود وساعات العمل في المؤسسة.

المجموع	دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى المواضيع
	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
80	16	00	45	9	35	7	نعم
20	4	5	10	2	5	1	لا
100	20	05	55	11	40	08	المجموع

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عنها بإيجابية وبنسبة 45%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم على أنها ملائمة في المؤسسة الإعلامية على أنها مفيدة بنسبة 35%، أما بالنسبة إلى فئة الدكتوراه فهي تشمل

الجدول رقم (56):

توزيع أفراد العينة حسب وجود وسائل تكنولوجية حديثة لتقلق من أعباء العمل حسب الحالة الاجتماعية.

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن النسبة 80% من جميع الفئات في الحالة الاجتماعية على مدى ملائمة

المجموع	مطلق (ة)		أرمل (ة)		متزوج (ة)		أعزب (ة)		حالة إج المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
80	18	05	01	00	0	40	8	35	7	نعم
20	4	00	00	00	0	15	3	5	1	لا
100	20	05	01	00	0	55	11	40	08	المجموع

أعباء للمجهود وساعات العمل للفرد داخل المؤسسة الإعلامية.

ونسبة 55% من فئة المتزوجين قد عبروا عن هذا الرضا بنعم وبنسبة 40%، أما نسبة 40% من الفئة فهي

تعود إلى العزب وقد عبرت هاته الفئة عنها بنعم بنسبة 35%، ونسبة المطلقين فهي 5% فهي عبرت بإيجابية بنسبة 5%.

وهذا راجع إلى رضا الأفراد المتزوجين وغير المتزوجين على الرضا على المجهود وساعات العمل في العمل.

الجدول رقم (57)

توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الأجر الذي تتقاضاه في عملك حسب الجنس.

يمثل الجدول أعلاه: بأن نسبة 70% من الجنسين ذكور وإناث يرون بأنهم راضون عن الأجر الذي يتقاضونه

المواضيع	الجنس		ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
راضي	2	10	1	5	3	15
نوعا ما	9	45	5	25	14	70
غير راضي	1	5	2	10	3	15
المجموع	12	60	8	40	20	100

في المؤسسة الإعلامية متوسط وعبروا عنه بـ نوعا ما.

إذ مثلت نسبة 60% أعلى نسبة من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت إجاباتهم بـ نوعا ما اتجاه

اتجاه الأجر الذي يأخذونه من النقود بنسبة تقدر بـ 45%، ونسبة 40% من ذكور المشكلين لأفراد العينة أجابوا

كذلك بـ نوعا ما بنسبة 25%.

وهذا راجع إلى قيام الإدارة بإعطاء أجور جيدة للعمال من أجل إرضاءهم وتوفيرها لهم من أجل تلبية

الحاجيات.

الفصل الثالث.....

الجدول رقم (58):

توزيع أفراد العينة حسب رضا الأجر للعمال في المؤسسة حسب السن.

يمثل لنا الجدول أعلاه: بأن نسبة 70% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت إجابتها راضون نوعا ما

المجموع		35-أكثر		(35-30)		(25.30)		السن
النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	المواضيع
15	3	5	1	10	2	00	0	راضي
70	14	20	4	35	7	15	3	نوعا ما
15	3	5	1	5	1	5	1	غير راضي
100	20	30	6	50	10	20	4	المجموع

عن الأجر.

ونسبة 50% تمثل الفئة العمرية (35-30) أعطت إجابتها على نوعا ما وبنسبة 35%، أما نسبة 30% كانت للفئة العمرية التي تتراوح بين (35- فما أكثر) كانت إجابتها كذلك متوسطة فيما يخص الأجر الذي يأخذونه بنسبة 20%، وتأتي نسبة 20% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (30 - 25) وعبروا عنها ب نوعا ما فيما يخص الأجر المؤخوذ بنسبة 15%.

الجدول رقم (59):

توزيع أفراد العينة حسب الرضا عن الأجر المأخوذ من طرف العمال حسب المستوى التعليمي:

المجموع	دكتوراه		ماستر		ليسانس		مستوى المواضيع	
	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
15	3	5	1	50	00	10	2	راضي
70	14	00	0	5	9	25	5	نوعا ما
15	3	00	0	00	2	5	1	غير راضي
100	20	5	1	55	11	40	8	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه: بأن نسبة 70% من جميع المستويات العلمية عبرت عن الأجر المأخوذ متوسط.

تمثل نسبة 55% من فئة العاملين في المؤسسة المتحصلين على الماستر وعبروا عن توفرها المشاركة وأجابوا بنوعا ما ونسبة 50%، أما بالنسبة لنسبة 40% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس وقد عبروا عن رأيهم فيما فيها على أنه متوسط فقط بنسبة 25% ونسبة 5% فهي تمثل فئة الدكتوراه وكانت الإجابة على أنها ايجابية وعبروا عن رضائهم فيما يخص الأجر ونسبة 5%.

وهذا راجع إلى أن جميع المستويات التعليمية التي تعمل في المؤسسة تجني المال الكافي الذي يلبي الحاجات المطلوبة.

الجدول رقم (60):

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في اتخاذ القرارات والحرية الرأي في العمل حسب الحالة الاجتماعية.

تمثل نسبة 55% من فئة المتزوجين الذين يرونا بأن الأجر الذي تقدمه في المؤسسة الإعلامية متوسط بنسبة

المجموع	مطلق(ة)		أرمل(ة)		متزوج(ة)		أعزب(ة)		الجنس المواضيع	
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
15	3	00	0	00	0	5	1	10	2	راضي
70	14	00	0	00	0	40	8	30	6	نوعا ما
15	3	5	1	00	0	10	2	00	0	غير راضي
100	20	5	1	00	0	55	11	40	8	المجموع

40% ونجد في الجدول فئة العزب التي تتمثل في 40% أجابت بأنها راضية نوعا ما عن الأجر بنسبة 30%، ونسبة المطلقين التي تقدر بـ 5% أعطت بالغير راضية عن الأجر.

نتائج الدراسة:

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى التي تقول :

- إذا كانت نظرة الفرد للعوامل الدافعية (الإنجاز ، أو تحصيل ، تقدير العمل نفسه، المسؤولية ، التقدم و الترقية) إيجابية سيشعر بالرضى الوظيفي.
- توجد علاقة دلالة إحصائية بين رضا القائمين بالاتصال والعوامل الدافعية.
- بناء على النتائج المتحصل عليها استخلاصنا أن المؤسسة الإعلامية لإذاعة قالمة الجهوية تعمل جاهدتنا على توفير ظروف مادية ومعنوية الملائمة مع طبيعة العمل وهذا من خلال إعطاء فرص للصحفيين العاملين بالإذاعة بإعطاء رأيهم واقتراحاتهم في مختلف المواقف حيث تساهم في تعزيز وتحقيق الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وهذا من أجل إعلام كامل وموضوعي يتسم بالدقة والحدثة وهذا ما يثبت صحة الفرضية بأن العوامل الدافعية لها دور كبير في تحقيق الرضا وتحسين الأداء.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية التي تقول :

- إذا كانت نظرة الفرد للعوامل الوقائية (سياسة الشركة وإدارتها، الإشراف الفني، الأجر، علاقات الشخصية، المشرف، ظروف العمل) سلبية سيشعر بعدم الرضا الوظيفي.
- توجد علاقة دلالة إحصائية بين رضا القائمين بالاتصال والعوامل الوقائية.
- بناء على النتائج المتحصل عليها استخلاصنا أن القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية لإذاعة قالمة الجهوية أن أغلبية العمال راضيين عن عملهم وعن ظروف العمل الموجودة داخل المؤسسة وهذا راجع إلى وضوح سياسة المؤسسة وحسن تسيير الإدارة وتقسيم المهام من طرف الرؤساء بشكل عادل، هذا ما يخلق روح الانتماء بين القائمين بالاتصال وخلق علاقات فيما بينهم.
- وهذا يثبت صحة النظرية لهرزبرج.

التوصيات والإقتراحات:

- الاهتمام الدائم والمستمر على إنسانية العلاقة بين الإدارة والقائمين بالاتصال والحرص على تأمين جو مهني سليم عبر قنوات فاعلة تمكن الجانبين من التواصل وحل كل الإشكالات التي يمكن أن تعيق العمل.
- وضع أسس واضحة لطبيعة التدرج الوظيفي القائم على الكفاية ووضع قواعد واضحة لطبيعة الكفاءات المادية التي تسمح بالتدرج المرن والحصول على مكاسب أكبر في حالة تقديم جهد مضاعف ونوعي فمن شأن ذلك أن يساهم في الحرص على ارتباط المؤسسة والحرص على نجاحها وتحقيق الرضا الوظيفي.
- مراعاة وجهات نظر العاملين ومواقفهم بشأن ما يرونه مناسباً من ناحية أسباب المساهمة في تكوين عوامل الرضا الوظيفي لديهم.
- منح الصحفيين فرص تطوير مهاراتهم وقدراتهم المهنية عن طريق دورات تدريبية بالخارج.
- على الإدارة أن تقوم بإعطاء الموظف الحرية في اختيار فريق العمل بحيث يجعل الموظف يشعر بالراحة مع الفريق الذي ينظم إليه لأنه سيؤدي عمله بشكل أفضل.
- توفير كل الظروف الملائمة للعمل من مكان وأدوات بالإضافة إلى توفير كل الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تساعد على تقديم عمل صحفي ناجح.

خاتمة عامة

خاتمة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع استخلصنا أنه يوجد اختلاف في تحديد مفهوم شامل وموحد لرضا الوظيفي وكذا اختلاف العوامل المؤثرة عليه وهو بحد ذاته ظاهرة سلوكية نفسية وفكرية وهو يختلف من شخص إلى آخر ومن قطاع إلى آخر ومن مجال إلى آخر لذا على المؤسسات الإعلامية أن تعمل جاهدة على معالجة العوامل المؤثرة في درجة رضا القائمين بالاتصال عن عملهم والتفكير في حلول جادة ومنطقية لرفع وتحقيق مستوى الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في هذا القطاع وهذا يتحقق بتحقيق العدل في توزيع المهام والموازنة بين العمل والحياة الخاصة لصحفيين ووضع معايير قياس الأداء للمؤسسات الصحفية خاصة وأن قطاع الإعلام من أهم القطاعات الحديثة في العالم لما له من دور أساسي في تنمية الموارد البشرية لتوفير القيادة الديمقراطية لها دور كبير في تحقيق الرضا وتحسين الأداء وخلق فعالية في المؤسسة مما يخلق روح التعاون والمسؤولية بين القائمين بالاتصال فيما بينهم وبين الإدارة حيث يجعلهم فريق واحد لديهم الشعور بالانتماء لتحقيق الأهداف المتمثلة في إعلام كامل وموضوعي خاصة وأن المؤسسة الإعلامية هي المساهم الأول في الرضا العام بالقائم للقائم بالاتصال من خلال ما تقدمه من دعم وتجهيز للأرضية الملائمة التي تبعث على إبداعه وتطويره لمستوى المؤسسة الإعلامية.

وفي الأخير بقي أن نشير أن العلاقات الإنسانية والاجتماعية في محيط العمل هي أحد محددات الرضا الوظيفي المهمة في حياة الفرد فهذه العلاقات تشعره بالانتماء والرضا داخل المؤسسة وخارجها لذا يجب الاهتمام بحاجات ورغبات القائم بالاتصال.

قائمة المصادر والمراجع

أ- المصادر والمراجع:

1. جرجس الحلاق: العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 1999 .
2. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1985 .
3. حريم حسين: سلوك التنظيمي سلوك الأفراد في المنظمات، دار زهران للنشر، عمان، 1997.
4. د. جمال مرسي: الرضا الوظيفي، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2003،
5. د. محمد قراط: قضايا إعلامية معاصرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1 ، عمان، 2006.
6. رعي مذكور: الرضا المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، 2003.
7. سالم تسير شرايدة : الرضا الوظيفي، دار الصفاء لطباعة والنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2008 .
8. سهيلة محمد عباس: ادارة الموارد البشرية، مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2006.
9. طارق شوقي: السلوك القيادي وفعالية الإدارة، دار الطبع، مكتبة غريب، القاهرة.
10. ظريف شوقي وآخرون، السلوك القيادي وفعالية الإدارة ، دار غريب للنشر والتوزيع ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، مصر ، 2007 .
11. عادل فهمي البيومي: البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 1991 .
12. عايد سيد خطاب: الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية، مكتبة عين الشمس، القاهرة، مصر، 1999.
13. عبد الباقي صلاح الدين محمد: السلوك التنظيمي، مدخل تطبيقي معاصر، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2003.
14. عصام أنيس، عبد المجيد زكي: الوسائل السمعية المرئية، القاهرة، 2004/2003.
15. ف ارس حلمي: مدخل إلى علم النفس الصناعي والتنظيمي، دار الشروق والتوزيع، عمان، 1999.
16. محمد أحمد سليمان ، سوسن عبد الفتاح ، الرضا الوظيفي وقيم الاعمال ، ناشرون وموزعون ، ط2، 2011.
17. محمد أحمد سليمان، سوسن عبد الفتاح وهي: رضا والولاء الوظيفي، قيم إحتلافات الأعمال، ط2، 2011.
18. محمد سعيد أنور سلطان: السلوك التنظيمي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2003.
19. محمد صالح الحناوي: السلوك التنظيمي، كلية تجارة، جامعة الإسكندرية.
20. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتاب، 1997.

21. المطيري عبد الرحمان: الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الصحافة السعودية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود.
22. منال هلال: مزاهرة نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2012.
23. نجوى الفوال: قراءة في دراسات القائم بالاتصال، 1995.
24. نجوى فوال: القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992.
25. نجوى نعيم: التعرف على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في الجامعات الفلسطينية، جامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2004.
26. هشام محمد صبري: الأساليب المختلفة لإدارة الصراع التنظيمي وأثرها على درجة رضا العاملين، دار المعرفة للنشر والتوزيع، مصر ، 1991.
- ب- المواقع الالكترونية :
27. محمد اسماعيل: الرضا الوظيفي والقيادة الفعالة، 2007، 12:20.
- www.hrdiscasnon.com/hr131.html

الملاحق

المحور الأول:

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من (25 - 30) من (30 - 35)
- 3- الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج
- 4- المستوى التعليمي: ليسانس أرملة
- دكتوراه ماستر مطلق
- من (30 - أكثر)

المحور الثاني: العوامل الدافعية:

- 5- ما مدى مصدقيه الإدارة في توزيع ومراقبة المهام إيجابي
- سلبى محايد
- 6- ما مدى حسن سير العلاقات مع رؤساء العمل جيدة
- متوسط ضعيفة
- 7- ما مدى جدية علاقتك مع الزملاء مقبولة
- نوعا ما ضئيلة
- 8- ما مدى توفر المعلومات وسهولة الحصول عليها في العمل كبيرة

ضئيلة

متوسطة

نعم

9- هل يتوفر مناخ الابتكار والتطوير والأداء

لا

إلى حد ما

لا

نعم

10- هل تتوفر المتطلبات الوظيفية في تحسين العمل:

لا

11- هل توجد وسائل تكنولوجية حديثة لتقليل من أعباء العمل: نعم

المحور الثالث: الوقائية

لا

نعم

12- هل أنت راضي عن عملك

إلى حد ما

إلى حد ما

نعم

13- هل أنت راضي عن قواعد الترقية في العمل:

لا

قليل

نعم

14- هل أنت راضي عن الحوافز والدورات التكوينية:

لا

نعم

15- هل توجد عدالة في توزيع الكفاءات والحوافز التشجيعية:

لا

متوسط

نعم

16- هل تشارك في اتخاذ القرارات وهل لك حرية الرأي في عملك:

لا

نوعا ما

17- ما مدى رضائك عن الإحساس بتقدير الذات من خلال إنجازات العمل:

غير راضي

راضي

18- ما مدى ملائمة أعباء العمل لمجهودك وساعات عملك

غير ملائمة

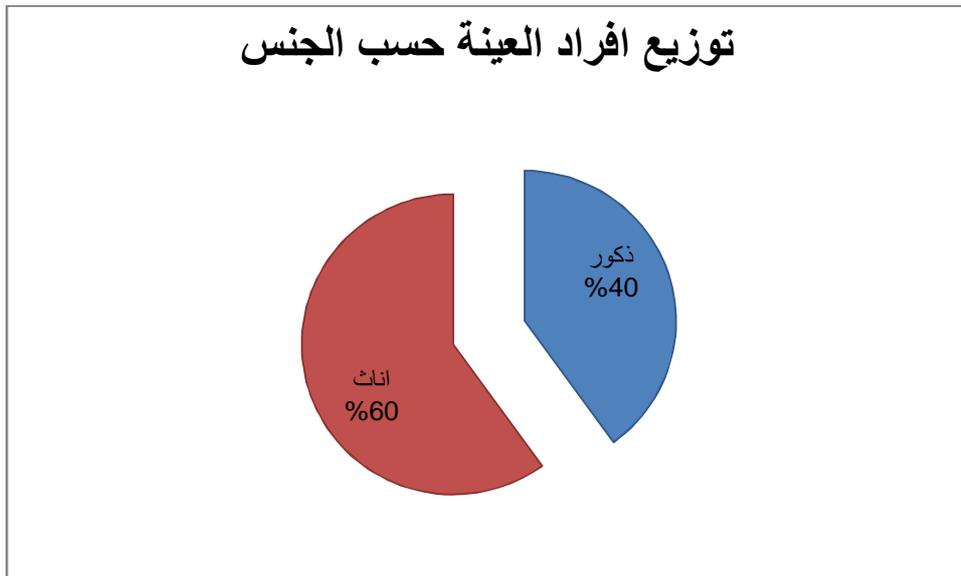
ملائمة

راضي

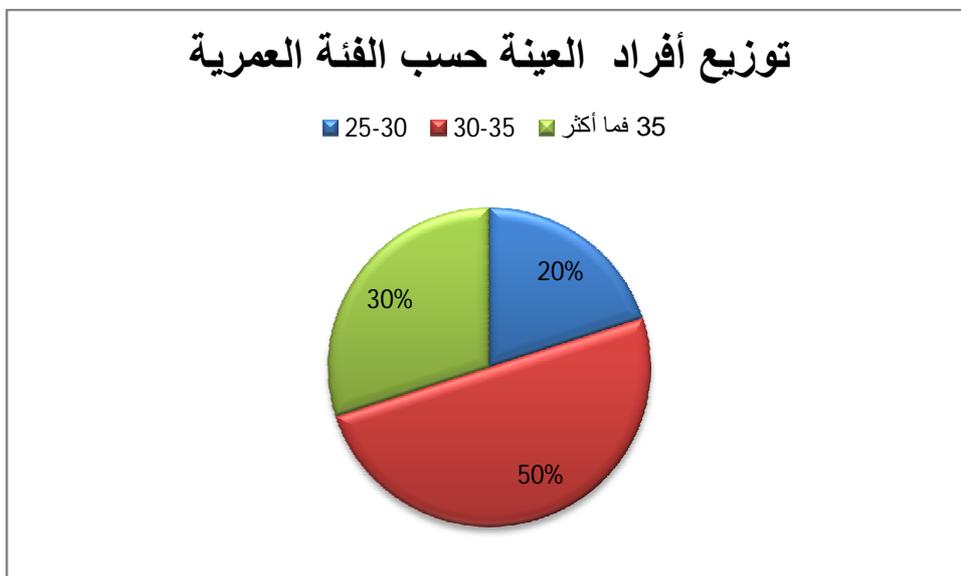
19- هل أنت راضي عن الأجر الذي تتقاضاه في عملك:

غير راضي

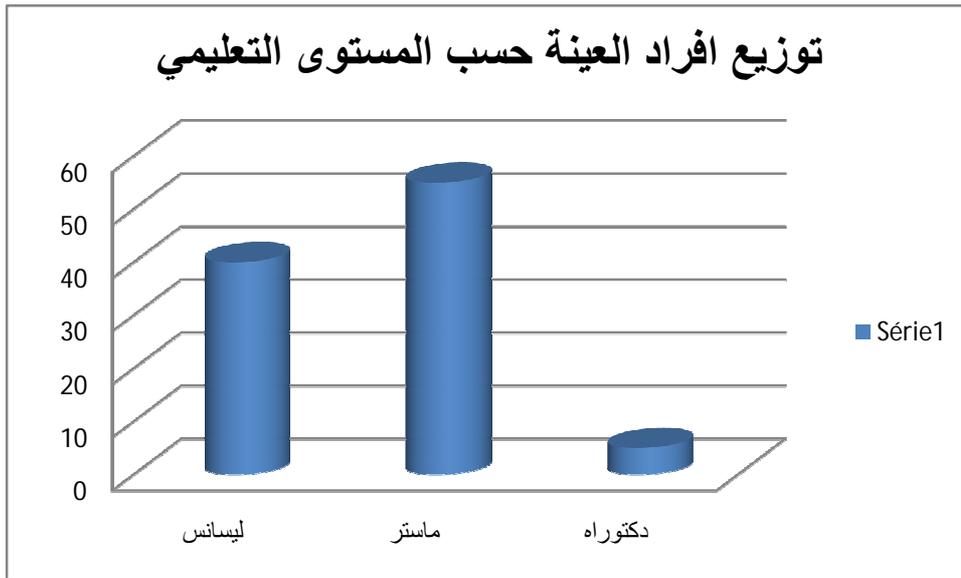
نوعا ما



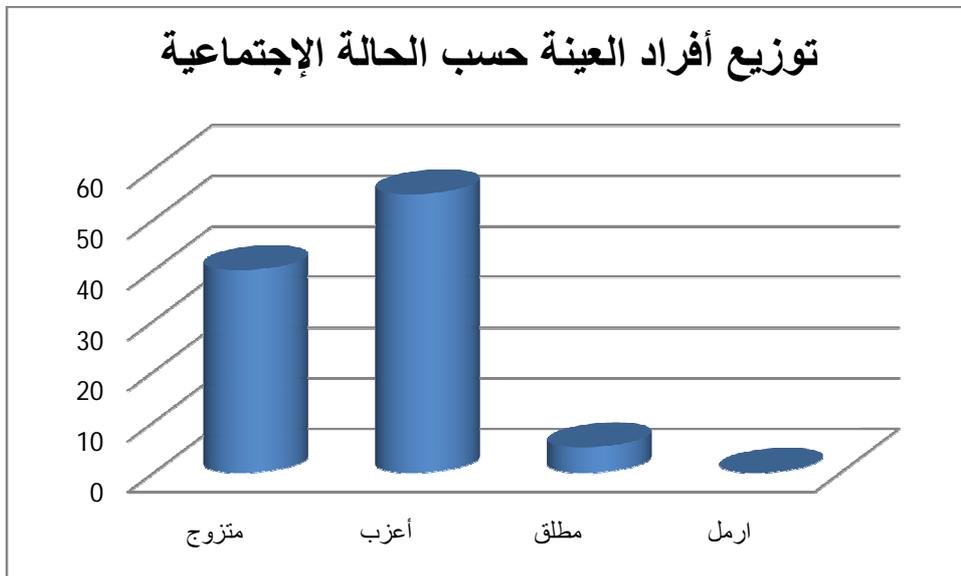
التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس



التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية



التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية