

الثقافة الاتصالية في المؤسسة الإذاعية ودورها في  
تحقيق الرضا الوظيفي  
دراسة حالة في المؤسسة الإذاعية - إذاعة واد سوف  
الجهوية-

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة  
د. صالحى دليلة

إعداد الطالبات  
ميداسي حنينة  
بن عمر شيماء  
نزار سارة

نوقشت المذكرة علنا يوم  
أمام اللجنة المكونة من الأساتذة

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمة لخضر	أستاذ محاضر ب	علي بن ناصر
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمة لخضر	أستاذ محاضر ب	صالحى دليلة
ممتحنا	جامعة الشهيد حمة لخضر	أستاذ محاضر أ	زياد إسماعيل

السنة الجامعية 2023/2022



الثقافة الاتصالية في المؤسسة الإذاعية ودورها في  
تحقيق الرضا الوظيفي  
دراسة حالة في المؤسسة الإذاعية - إذاعة واد سوف  
الجهوية-

صال

نحضر: سمعي بصري

إشراف الأستاذة  
د. صالحى دليلة

إعداد الطالبات  
ميداسى حنينة  
بن عمر شيماء  
نزار سارة

نوقشت المذكرة علنا يوم  
أمام اللجنة المكونة من الأساتذة

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمدة لخضر	أستاذ محاضر ب	علي بن ناصر
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمدة لخضر	أستاذ محاضر ب	صالحى دليلة
ممتحنا	جامعة الشهيد حمدة لخضر	أستاذ محاضر أ	زياد إسماعيل



قال تعالى في كتابه الكريم:



### إهداء

وجد الإنسان على وجه البسيط, ولم يعيش بمعزل عن باقي البشر وفي جميع مراحل الحياة, يوجد أناس يستحقون منا الشكر وأولى الناس بالشكر هما:  
إلى من أفضلها على نفسي, ولم لا, فلقد ضحت من أجلي ولم تدخر جهدا في سبيل إسعادي على الدوام «أمي الحبيبة» أطال الله في عمرها.  
نسير في دروب الحياة, ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه صاحب الوجه الطيب, والأفعال الحسنة, إلى صاحب السيرة العطرة, والفكر المستنير, فلقد كان له الفضل

الأول في بلوغي التعليم العالي, ولم يبخل علي طيلة حياته «والدي العزيز» أطال الله في عمره.

أهدي عملي هذا وتعبي إلى توأم روحي وأخت أنجبتها ليا الأيام إلى من كانت دائما إلى جانبي صديقتي وأختي «شيماء بن عمر» أطال الله في عمرها وسدد خطاها. إلى إخوتي وسندي في الحياة «أيمن حسين, صالح باعلي» كان الله في عونهم إلى ابنة خالتي على وقوفها ومساعدتي في إتمام هذا العمل «شيماء زاوي» أدام الله صحتها وعافيتها, وسدد خطاها.

إلى أخواتي, وخاصة أختي الكبيرة «فوزية» كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب, إلى من كانوا دائما سندي ومسندي في تخطي عقبات الحياة بحلوها ومرها أعمامي «رشيد, عبد الله»

وإلى غاليتي وعزيزة قلبي من كانت دائما تخاف عليا من عثرات الدنيا عمتي الحبيبة «مريم» أطال الله في أعمارهم وأدام عليهم الصحة والعافية. أهدي ثمرة جهدي هذا إلى خالي الغالي «عزوز» جعله الله دائما تاج فوق رؤوسنا ووافه دائما بصحته.

إلى جميع أساتذتي الكرام, إلى أصدقائي, وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون, وفي أصعدة كثيرة, أقدم لكم هذا العمل.

ميداسي

حنينة

### إهداء

إلى حجة الله على خلقه وسراجة في أرضه، إلى سليل الأخيار ونور الأنوار وزين الأبرار، محمد صلى الله عليه وسلم، إلى من بها أعلو، وعليها ارتكز، إلى القلب المعطاء، إلى ذات الصدر الحنون الذي كان لي ظلا باردا في هجيرة الحياة، إلى من ينبض القلب مع أنفاسها، من تجعل لحياتي معنى أسمى وأعمق وأجمل... سكرة قلبي... أمي الحبيبة شفاها الله وأطال في عمرها

إلى من كلله بالهيبة والوقار، إلى من أحمل اسمه بكل عز وافتخار، إلى من كان قوتي عندما تسلل الضعف في لحظات التعب إلى قلبي، والسند الذي لا ينكسر، إلى من أعطى دون انتظار مقابل... اعترف بفضلته برا له.. الداعم الأول لي... والدي الغالي... حفظه الله وأطال في عمره.

إلى رفيقة الدرب وشقيقة الروح التي لم يلد لها رحم أمي بل ولدتها لي مواقف الحياة، إلى من يتزين قلبي ببسمتها، لشريكتي ومن قاسمتني هذا العمل وقطفنا ثمرة النجاح معا ..حنينة ميداسي...حفظها الله ورعاها ووفقها في حياتها

الى من تسعد عيني برويتهم، ويفرح فؤادي بسماع رنات ضحكاتهم, أخوتي الأعزاء, أسامة, أيمن البراء, وأختي حبيبة قلبي شهودة, الى بلسمي الشافي من كل أوجاع الحياة, جدتي فطومة الغالية، والى سندي في الحياة وعزوتي أعمامي: فرحات، بشير، وزوجاتهم وكتاكتيهم الصغار حفظهم الله كلهم ورعاهم, الى من أبصر في عيونها الأمل واستشعر من نظراتها حب الخير لي, عمتي حبيبتني حفظها الله هي وأولادها الغاليين, الى من يهدأ ضجيج قلبي عند لقياهم, وتستكين روحي بقرب طيب أرواحهم, رفيقات المشوار اللاتي قاسمنني لحظاته رعاهم الله ووفقهم: عبير، سليمة، سلاف، خولة، رعدة، حميدة، منال، أميرة، مروة، حدة، عايدة، نجمة, الى من افتقد وجههم في كل يوم غصة العمر وحرقة الفؤاد, جدي وجدتي وفقيدة العزيزة حليلة شرع، أطلب من الله أن يرحم روحهم ويجمعنا بهم في الجنان الى من يسري حبه في عروقي، من أتشارك معهم الدم والصدق والحنان..أخوالي وخالاتي الأحباء حفظهم الله جميعهم ورعاهم والى كل أفراد عائلة بن عمر الكبيرة ,كل باسمه اهدي لكم عملي متواضع, الى كل من لم يدركهم قلبي، أقول لكم بعدتم ولم يبعد القلب حبكم وانتم في الفؤاد حضور, شكرا لكم من القلب وأخيرا لكم جميعا اهدي ثمرة جهدي هذه.

بن عمر

شيماء

## إهداء

بسم الله والحمد لله حمدا كثيرا كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام. أما بعد:  
أهدي ثمرة جهدي إلى :بيتنا يفوح في أرجائه الحنان \* إلى من أضناها التعب إلى قلبا أجد في نبضاته الأمان \* لننعم بالراحة والأمان \* أنتي الخير والبركة على مر الزمان \* إلى أعظم أم في هذه الدنيا أطال الله في عمرها.  
إلى الغالي الذي وهب حياته وصحته في سبيل أسرته لنعيش دائما حياة كريمة \* إلى مصدر ثقتي واعتزازي وصبري .....أبي الغالي.  
إلى زوجي الفاضل وكل أبنائي كل واحد باسمه وإلى الأستاذة المشرفة الدكتورة صالحى دليلة وزميلاتي في العمل بن عمر شيماء و ميداسي حنينة... أقول لكم شكرا لكم جميعا..

نزار سارة

### شكر و عرفان:

الحمد لله الذي وهبنا الصبر وحسن التدبير ونشكر الله الذي وفقنا في إتمام هذه المذكرة.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذتنا المشرفة صالحي دليلة على كل ما قدمته لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة وبفضلها حققنا هدفنا في الوصول للأسمى واغتنام المعرفة نتمنى لها الدوام في خدمة العلم والمعرفة ودوام الصحة والعافية.

وإلى الدكتور عبد الكريم قديري نتقدم له بأحر كلمات الشكر وأزكى معاني الامتنان على تقديمه لنا يد المساعدة في إنجاز هذا العمل, متمنيا له دوام الصحة والعافية, والإخلاص في عمله.

وشكر خاص إلى الأستاذ والزميل في العمل أحمد قدة نتمنى من الله عز وجل أن يحفظه ويرعاه.

وإلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وإلى كل من قدم لنا يد العون في مكتبة جامعة الشهيد حمة لخضر – الوادي.

### ملخص الدراسة:

تعد الثقافة الاتصالية عنصر مهم وفعال في المؤسسة الإعلامية ومنها الإذاعة، وذلك لما لها من انعكاس وتأثير ايجابي على مستوى الرضا الوظيفي للأفراد العاملين بها ولهذا جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي داخل المؤسسة الإذاعية، حيث أجريت دراسة حالة بالإذاعة الجهوية بولاية الوادي، وقد تضمنت هذه الدراسة على ثلاثة إطارات: الإطار المنهجي، الإطار النظري، الإطار التطبيقي، معتمدين على خطوات منهج دراسة الحالة في إجراء هذه الدراسة الميدانية، كما تم إجراء مسح شامل وكلي لجميع أفراد العينة والذين بلغ عددهم 36 عينة، كما تم الاعتماد على استمارة استبيان، والمقابلة كأدوات لجمع البيانات، وفي الأخير توصلت هذه الدراسة الى انه للثقافة الاتصالية (التنظيمية) دور فعال في تحقيق الرضا الوظيفي بالمؤسسة الإعلامية الإذاعية الجزائرية، وكأهم نتيجة توصلت لها الدراسة نجد أن مساهمة الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في إذاعة الوادي جليا من خلال وجود العديد من أساليب ومظاهر الثقافة الاتصالية،كلها تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة الإذاعية.

**الكلمات المفتاحية:** الثقافة، الاتصال، الاتصال المؤسساتي، الثقافة الاتصالية، الرضا الوظيفي

### **Study summary:**

Communication culture is an important and effective element in the media institution, including radio, because of its reflection and positive impact on the level of job satisfaction of the individuals working in it. Therefore, this study came to know the role of communication culture in achieving job satisfaction within the broadcasting institution, where a field study was conducted in the regional radio in the state of El Oued This study included three frameworks: the methodological framework, the theoretical framework, and the applied framework, relying on the steps of the case study approach in conducting this field study. A questionnaire, and the interview as data collection tools. Finally, this study concluded that the communication culture (organizational) has an effective role in achieving job satisfaction in the Algerian broadcasting media corporation. Through the existence of many methods and manifestations of communication culture, all of them contribute to the formation of communication culture within the broadcasting organization.

**Keywords:** culture, communication, institutional communication, communication culture, job satisfaction

فهرس المحتويات	
الصفحة	الموضوع
	إهداء
	شكر وتقدير
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة الملاحق
	قائمة المختصرات
المقدمة	
ب	مقدمة
هـ	إشكالية الدراسة
و	أهمية الدراسة
و	أهداف الدراسة
ز	حدود الدراسة
الإطار النظري	
الفصل الأول: الاتصال والثقافة الاتصالية في المؤسسة	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الاتصال المؤسساتي
5	المطلب الأول: مفهوم الاتصال المؤسساتي
5	المطلب الثاني: أشكال الاتصال في المؤسسة
6	المطلب الثالث: استراتيجيات الاتصال المؤسساتي
8	المبحث الثاني: الثقافة الاتصالية ( التنظيمية )
8	المطلب الأول: مفهوم الثقافة الاتصالية والتتبع التاريخ لظهورها
10	المطلب الثاني: خصائص وعناصر الثقافة الاتصالية ( الثقافة التنظيمية )
13	المطلب الثالث: أنواع الثقافة الاتصالية
19	خلاصة
الفصل الثاني: الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية	
21	تمهيد
22	المبحث الأول: ماهية الرضا الوظيفي
22	المطلب الأول: مفهوم الرضا الوظيفي وخصائصه
23	المطلب الثاني: عوامل حدوث الرضا الوظيفي

24	المطلب الثالث: مظاهر الرضا الوظيفي 1. مظاهر الرضا الوظيفي 2. مظاهر عدم الرضا الوظيفي
26	<b>المبحث الثاني: الرضا الوظيفي والثقافة الاتصالية</b>
26	المطلب الأول: الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي داخل المؤسسة
31	المطلب الثاني: أهمية الرضا الوظيفي
31	الفرع الأول: أهمية الرضا الوظيفي للموظف
32	الفرع الثاني: أهمية الرضا الوظيفي للمؤسسة
33	<b>المبحث الثالث: الدراسات السابقة</b>
36	<b>الخلاصة</b>
	<b>الإطار الميداني</b>
38	<b>الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية والميدانية</b>
39	<b>تمهيد</b>
40	<b>المبحث الأول: تقديم للمؤسسة الإذاعية – إذاعة سوف الجهوية-</b>
40	المطلب الأول: تعريف المؤسسة الإذاعة المحلية
40	المطلب الثاني: بطاقة فنية حول إذاعة واد سوف الجهوية
43	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لإذاعة واد سوف
44	المطلب الرابع: تحديد المفاهيم الرئيسية للدراسة
47	<b>المبحث الثاني: منهجية الدراسة وأدواتها</b>
47	المطلب الأول: منهج الدراسة
47	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
48	المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات
50	<b>المبحث الثاني: الدراسة الميدانية</b>
50	المطلب الأول: تحليل النتائج وعرضها
66	المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة
69	المطلب الثالث: الاقتراحات والتوصيات
71	<b>خلاصة</b>
72	<b>خاتمة</b>
75	<b>قائمة المصادر والمراجع</b>
82	<b>الملاحق</b>

قائمة الجداول		
رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	يوضح العناصر الظاهرية للثقافة الاتصالية (التنظيمية)	13
2	يوضح قيمة $r$ لحساب الصدق	50
3	يوضح قيمة ألفا كرو نياخ	51
4	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثى)	52
5	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب العمر	52
6	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي	53
7	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الوظيفة	54
8	يمثل توزيع أفراد العينة حول توفر جهاز مكلف بالاتصال وفق متغير الجنس	55
9	يمثل توزيع أفراد العينة حول الوسائل التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين وفق متغير السن	56
10	يمثل توزيع أفراد العينة حول النوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل وفق متغير الوظيفة	57
11	يمثل توزيع أفراد العينة حول الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة وفق متغير المستوى الدراسي	59
12	يمثل توزيع أفراد العينة حول التعاون فيما بينكم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية وفق متغير المستوى الدراسي	60
13	يمثل توزيع أفراد العينة حول إعطاء هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة وفق متغير الوظيفة	61
14	يمثل توزيع أفراد العينة حول تعامل المؤسسة مع الخطأ في أداء المهام وفق متغير الجنس	62
15	توزيع ونسبة العينة حول معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير	63
16	يوضح توزيع ونسبة العينة حول إتاحة الإذاعة فرص كافية لترقية الموظفين بها	63
17	يوضح توزيع ونسبة العينة حول يسود في الإذاعة روح العمل الجماعية	64
18	يوضح توزيع ونسبة العينة حول تقديم الزملاء الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل	65
19	يوضح توزيع ونسبة العينة حول مواجهة مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكاب الأخطاء	65

قائمة الأشكال		
رقم الشكل	العنوان	الصفحة
1	يوضح الاتصال النازل	4
2	يوضح الاتصال الصاعد	5
3	يوضح الاتصال الأفقي	5
4	يوضح عناصر (مكونات) الثقافة الاتصالية	12
5	يوضح أنواع الثقافة الاتصالية	16

17	يوضح أهمية الثقافة الاتصالية	6
25	يوضح مظاهر الرضا وعدم الرضا الوظيفي	7
26	يوضح أثر الثقافة الاتصالية على الأداء والرضا الوظيفي	8
43	يوضح الهيكل التنظيمي لإذاعة واد سوف الجهوية	9
52	دائرة نسبية توضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثى)	10
53	أعمدة بيانية توضح توزيع ونسبة العينة حسب العمر	11
54	دائرة نسبية توضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي	12
55	دائرة نسبية توضح توزيع ونسبة العينة حسب الوظيفة	13
87	يوضح ملخص شامل للدراسة	14

قائمة الملاحق		
رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	استمارة استبيان	83
02	قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة	87
03	ملخص شامل للدراسة	88

قائمة المختصرات	
د.س	دون سنة
د.ط	دون طبعة
س	ساعة
ص	صفحة
P	page



مقدمة

تشهد بحوث الاتصال اهتمام من طرف العديد من الباحثين، حيث يعد من المفاهيم الاجتماعية التي تغلغت في جل ميادين الحياة ولا يمكن ان يستغنى عليه الفرد والمجتمع , وقد باتت ضرورة هامة من ضروريات الحياة البشرية, وفي وقت تشهد فيه المنظمات على الدوام تطورات وتغيرات عميقة وواسعة النطاق في مختلف المجالات، التقنية والإدارية والمعلوماتية، في ظل اعتبار المنظمة نظاما مفتوح تنمو وتتطور وتتعامل مع فرص وتحديات البيئة التي تنشط بها، فالالاتصال وسيلة لخلق حركة ديناميكية للجماعات، وعلى اعتبار أن المؤسسة مجموعة من الأفراد منظمين في شكل قانوني بغرض القيام بمهامها المحددة، فلا يمكن أن توجد هذه المؤسسات في صورة موحدة ومتكاملة دون أن تكون محكمة بنظام اتصالي يربط كافة فروعها وأجزائها في نسق موحد ومنظم.

تسعى المؤسسة إلى تحقيق أفضل أداء من قبل العمال المنتمين إليها، وهذا بهدف الوصول الى تحقيق التوازن والأهداف المسطرة من قبل القائمين و المسؤولين عليها، حيث يشكل الاتصال المؤسسي أبرز الأشكال اعتمادا في ممارسة المؤسسة لأعمالها وأكثرها تأثيرا، كما أنه يشكل أرضية هامة يتم بواسطته توحيد النشاط التعاوني بين جميع الوحدات داخل المؤسسة، ففي كل المستويات الإدارية تتم عملية الاتصال المؤسسي بصفة سائدة ومنتشرة لأجل تحقيق ثقافة اتصالية وتعزيزها وسط المؤسسة وذلك نظرا إلى أن من الضروري في هذا الوقت تأسيس وبناء ثقافة اتصالية داخل المؤسسة بتميزها عن باقي المؤسسات الأخرى لنجاح مسيرتها وتحقيق أهدافها وخاصة ما إذا كانت في نفس المجال، في حين تكمن أهميتها في أثرها الفعال على الأداء الوطني في المؤسسات الإدارية سواء كانت اجتماعية أو خدمية، كما تعتبر من المحددات الرئيسية لنجاح المؤسسات أو فشلها على افتراض وجود علاقة ارتباطية بين نجاح المؤسسة وتركيزها على القيم والعادات والتقاليد التي تلزم أفرادها بالعمل الجاد والابتكار والمشاركة في اتخاذ القرارات، وتمثل متغيرا مهم في التأثير على رضا العاملين في المؤسسة التي يعملون بها.

فالرضا الوظيفي أحد الركائز الأساسية لتوفير الاستقرار الوظيفي والبيئة المناسبة للعامل التي تساعده على أداء عمله على أكمل وجه، وبذل قصارى جهده، وهذا أيضا يرتبط بالزملاء والرؤساء والعلاقات الطيبة بينهم التي تساهم في رفع الروح المعنوية لديهم مما يزيد من انتماهم وولائهم للمؤسسة، ولهذا تتطلع المؤسسات الراقية في تحقيق رضا أفرادها إلى الاهتمام بكل ما يؤثر على تكوين رضاهم وبما يلتزم لارتقاء هذا الرضا إلى مستويات عليا.

باعتبار الثقافة الاتصالية من العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي للعاملين، أصبح من أولويات المؤسسة أن تعطي أهمية كبيرة لهذا الأمر، فكلما اهتمت المؤسسة

بالثقافة الاتصالية زادا الرضا الوظيفي للعاملين، لأن له دور في تجسيد أداء الأفراد ورفع الإنتاجية والانتظام في العمل وتحسين الخدمة وتحفيزهم على التعاون والأداء الجيد الذي يعود بالإيجابية على المؤسسة، وهذا ما يجب الالتزام به من طرف المؤسسة الإعلامية ان تهتم بعامل الثقافة الاتصالية داخلها مع موظفيها وعمالها، وهذه الثقافة التي تعرف في بعض الأحيان كجزء من الثقافة التنظيمية وهي التي تعتمد على عامل الاتصال بشكل كبير جدا، خاصة من جانب فهم الرسالة الاتصالية وفقا لتعاليم تلك الثقافة المتفق عليها داخل المؤسسة، وعلى هذا شهدت المؤسسة الإذاعية الجزائرية بصفة عامة وإذاعة واد سوف الجهوية بصفة خاصة تقدما ملحوظا في تعزيز ثقافة اتصالية سائدة وسط المؤسسة، وهذا يعكس مدى إحساس العاملين بقدرة الإدارة على تحقيق الرضا الوظيفي وزيادة انتمائهم للمؤسسة.

وجاءت هذي الدراسة لمعالجة موضوع دور الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي بالمؤسسة الإذاعية، حيث تناولنا في هذه الدراسة خطة بحث وفق منهجية IMRAD احتوت على مقدمة وثلاث أجزاء، خصصنا الجزء الاول للإطار المنهجي للدراسة، تناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، الأهمية والأهداف والإجراءات المنهجية (منهج الدراسة، أدوات الدراسة ومجتمع وعينة البحث) وتحديد المفاهيم وأخيرا الدراسات السابقة.

أما الجزء الثاني مخصص للإطار النظري للدراسة، في حين يتكون من فصلين: الفصل الاول جاء حول الاتصال والثقافة الاتصالية في المؤسسة والذي انقسم الى مبحثين، وقد اشتمل المبحث الاول على: مفهوم الاتصال للمؤسساتي وأشكاله واستراتيجياته، أما المبحث الثاني: احتوى على عموميات حول الثقافة الاتصالية، مفهوم الثقافة الاتصالية والتتبع التاريخي لظهورها، خصائصها وعناصرها، وأنواع الثقافة الاتصالية، أما الفصل الثاني: جاء حول الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية والذي انقسم الى مبحثين: وقد اشتمل المبحث الاول على مفهوم الرضا الوظيفي وخصائصه، عوامله، ومظاهر الرضا وعدم الرضا الوظيفي، في حين احتوى المبحث الثاني على: أهمية ودور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي داخل المؤسسة.

أما الجزء الثالث خصصناه للإطار التطبيقي لتشمل على مبحثين وقد جاء المبحث الاول : تعريف المؤسسة الإذاعية المحلية، وبطاقة فنية حول إذاعة واد سوف الجهوية، والهيكل التنظيمي لإذاعة واد سوف، كما جاء في المبحث الثاني تحليل النتائج وعرضها، وصولا الى استخلاص النتائج العامة للدراسة وأخيرا الخاتمة.

**إشكالية الدراسة:**

تعتبر المؤسسة كنسق اجتماعي مفتوح تؤثر وتتأثر مع محيطها, فهي ليست خلية اقتصادية فقط, وإنما مجال يلتقي فيه الأفراد لتنظيم علاقاتهم الاجتماعية والمهنية من أجل تحقيق هدف معين وأن كل مؤسسة مهما كانت طبيعتها فهي بحاجة ماسة لنشاط الفاعلين الاجتماعيين يجمع بينهم العمل لتحقيق أهداف معينة ومحددة, كما يخضعون لمجموعة قواعد وقوانين تنظيمية, حيث تنتج في الغالب عن هذا التفاعل أشكال مختلفة في الاتصال وتبادل المعلومات ضمن نسق تنظيمي معين, إذ يعتبر الاتصال بمثابة جهاز عصبي في كل مؤسسة خاصة المؤسسات الإعلامية, التي تسعى لتطوير وتحسين من منظومتها الاتصالية لمواكبة التطورات التكنولوجية وأنماط التسيير الحديثة لاسيما مؤسسات الاتصال الجماهيري, كما يذكر فرانسيس بال الإذاعة واحدة من أهم هذه المؤسسات التي تعمل على تقوية الضبط الاجتماعي وتعميم الثقافة ونشر المعلومات.

فالمؤسسات الإذاعية تختلف من ناحية هيكلها التنظيمي عن باقي المؤسسات الأخرى نتيجة لطبيعة المنتج الذي تقدمه كفكر, وأهمية العامل الزمني في العمليات

الاتصالية، واعتبار المورد البشري من أهم المدخلات وأكثرها تأثيراً على المؤسسة، إذ أن نجاح أي مؤسسة تقاس بمدى تأهيل الطاقة الكامنة لدى الموظفين ليتجسد ذلك في محتويات راقية من إمكانية العطاء، وتحقيق أداء فعلي وصولاً إلى الهدف الأساسي الذي تضعه المؤسسة الإذاعية من أولى اهتماماتها للوصول إلى النتائج المرجوة، والبحث عن سبل تحقيق الرضا عن العمل والأداء لدى الموظفين للعمل في الاتجاه الإيجابي وتسعى هذه الأخيرة لتحسين أدائها الوظيفي من خلال عدة مداخل أبرزها المدخل الاتصالي.

تعد العملية الاتصالية من الدعائم الأساسية لقيام المؤسسة الإعلامية، من خلال الدور الذي تقوم به في تسيير وتنظيم العلاقات الإنسانية ونشر الأفكار بين أعضائها، مما تؤدي إلى خلق جو اتصالي بين أعضاء المؤسسة في أشكال مختلفة رسمية كانت أو غير رسمية، هذا الاتصال الذي يكتسب مع الوقت طقوس و تقاليد تصبح ثقافة سائدة في الوسط، وهو ما اصطلح عليه الثقافة الاتصالية الأمر الذي يزيد من درجة التقارب والانسجام.

حيث تعتبر الثقافة الاتصالية أساس كل تنظيم ناجح. إذ أصبحت تمثل دعماً رئيسياً للمؤسسات الإعلامية ومنها الإذاعية، يتم من خلالها خلق نوع من شبكات التواصل، وتبادل الأفكار بين أفراد المؤسسة بأشكالها المختلفة، وهي أحد مقوماتها، لما تلعبه من دور بالغ الأهمية في نجاح المؤسسة، ليتجسد ذلك في مستويات راقية من إمكانية العطاء والعمل على تطويره للوصول إلى تحقيق درجة أداء فعلي مرتفع، وهو الهدف الذي تضعه المؤسسة في أول اهتماماتها للسير في الطريق الصحيح للوصول إلى النتائج المسطرة والبحث عن سبل تحقيق هذا الرضا عن العمل والأداء للموظفين للعمل في الاتجاه الإيجابي للمؤسسات.

من هذا المنطلق أصبحت دراسة الرضا الوظيفي أمر مهم بالنسبة للمؤسسات الإعلامية لذلك ارتأينا إجراء دراسة على إحدى هذه المؤسسات المتمثلة في إذاعة الوادي الجهوية بربطها بالثقافة الاتصالية منطلقين من التساؤل الرئيسي التالي:

**كيف تساهم الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في إذاعة الوادي؟**

#### الأسئلة الفرعية:

1. ما هي أساليب الاتصال المستعملة في إذاعة الوادي؟
2. ما هي العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي بالمؤسسة؟
3. ما هي المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة؟
4. فيما تتمثل مظاهر الثقافة الاتصالية في إذاعة الوادي؟

#### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية دراسة موضوع الثقافة الاتصالية في المؤسسات الإذاعية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي في أهمية الموضوع في حد ذاته, حيث أن الاتصال الداخلي بين العاملين داخل المؤسسة مهم جدا لمختلف المؤسسات بصفة عامة, والمؤسسة الإذاعية بصفة خاصة, من خلال معرفة مكانة الثقافة الاتصالية داخلها ودورها في تطوير اتجاهات العاملين وسلوكياتهم قصد تفعيل عملية التفاعل الاجتماعي. كذلك الأهمية تبرز من الدور الكبير الذي يلعبه رضا الموظفين على أعمالهم ورؤسائهم في العمل, إذ ينعكس ذلك على أداءهم حتى يكون مثالي ونموذجي يؤدي إلى تنفيذ وتطبيق الأعمال بجودة وفاعلية أكثر, وهذا ما يؤدي إلى خلق عملية تواصل والمفاهمة والتعاون وتكثيف الجهود وتنسيقها من أجل تحقيق أهداف المؤسسة الإذاعية والسير بها قدما.

#### أهداف الدراسة:

- التعرف على أساليب الاتصال المستعملة في إذاعة الوادي.
- التطرق إلى أهم العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي بالمؤسسة الإذاعية.
- تسليط الضوء على المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة الإذاعية.
- التعرف على مظاهر الثقافة الاتصالية في إذاعة الوادي.

#### حدود الدراسة:

#### الإطار الزمني:

يتمثل الإطار الزمني في دراستنا الثقافة الاتصالية في المؤسسة الإذاعية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي, -دراسة حالة بإذاعة الوادي الجهوية-, في المدة والفترة التي استغرقتنا فيها للوصول وتحقيق أهداف الدراسة والتي امتدت من نهاية أكتوبر إلى غاية منتصف شهر ماي, خلال الموسم الجامعي 2023/2022

#### الإطار المكاني:

فيما يتمثل الإطار المكاني لدراستنا هذه في المؤسسة الإعلامية, إذاعة واد سوف الجهوية والواقع مقرها في حي الرمال.





# الفصل الأول: الاتصال والثقافة الاتصالية في المؤسسة

تمهيد

المبحث الأول: الاتصال المؤسساتي

المطلب الأول: مفهوم الاتصال المؤسساتي

المطلب الثاني: أشكال الاتصال في المؤسسة

المطلب الثالث: استراتيجيات الاتصال المؤسساتي

المبحث الثاني: الثقافة الاتصالية ( التنظيمية )

المطلب الأول: مفهوم الثقافة الاتصالية والتتبع التاريخ لظهورها

المطلب الثاني: خصائص وعناصر الثقافة الاتصالية ( الثقافة التنظيمية )

المطلب الثالث: أنواع الثقافة الاتصالية

خلاصة

## تمهيد:

يعتبر الاتصال في عصرنا الحالي أحد العناصر التنظيمية لسير أي نشاط داخل المؤسسة، إذ لا يمكن تحقيق أي هدف دون وجوده، حيث هذا الأخير يعبر عن مجموعة النشاطات والوسائل التي تسير العلاقات الداخلية والخارجية للمؤسسة، وفي هذا الإطار ركز الباحثون على تناول موضوع الاتصال ضمن المؤسسة ودراسة علاقته بها، وكما اهتموا أيضا بموضوع الثقافة الاتصالية وذلك لأهميتها الكبيرة في التأثير على سلوك وأداء الأفراد وطريقة عملهم بالمؤسسة. ومن خلال هذا الفصل الذي يتمحور حول الاتصال المؤسسي والثقافة الاتصالية في المؤسسة. بالتعرف أكثر على مختلف جوانبه بداية من مفهوم وأشكاله وكذا الاستراتيجيات الخاصة به ، في حين أن الجزء الثاني من الفصل يتمحور حول الثقافة الاتصالية الذي تناولنا فيها (مفهومها، خصائصها وعناصرها وأخيرا أنواعها).

## المبحث الأول: الاتصال المؤسسي

### المطلب الأول: مفهوم الاتصال المؤسسي

#### المفهوم 1:

يعتبر الاتصال المؤسسي عن مجموعة من الأنشطة الاتصالية المنظمة التي تتم بشكل مباشر مع الجماهير ومختلف الشركاء في إطار هدف الاتصال حول صورتها

وتقوية علاقتها, ويسمح لها كذلك يستحسن صورتها الحاملة لقيم اجتماعية وإيجاد المناخ المناسب لتطوير نشاطاتها ولا ننسى أيضا انه شكل من أشكال الاتصال التي يغير من خلاله المؤسسة عن نفسها مهما كانت طبيعة الجمهور المستهدف (فر, 2018, ص 31) .

المفهوم 2:

الاتصال المؤسسي هو مجموعة الأعمال الاتصالية التي تهدف الى توضيح هوية المؤسسة وتوجه لتسيير رأس مال صورتها وهذا لأخير تابع للمديرية العامة الذي يهتم بصورتها تنظيماتها وقيمتها وثقافتها ويسمح بنقل وترقية المؤسسة من خلال الصورة وشهرة والعلامة من اجل خلق جو ثقة يضمن استمرارية وديمومة المؤسسة . (برينو, ساعو, 2015, ص 111)

### المطلب الثاني: أشكال الاتصال في المؤسسة

بعد ان تطرقت لشرح مفهوم الاتصال المؤسسي فإننا في هذا العدد سيعرض أنواع الاتصال المؤسسي والذي ينقسم بدوره الى قسمين رئيسيين:الاتصال الرسمي والاتصال الغير رسمي

#### 1. الاتصال الرسمي :

وهو الطريقة التي تحدد مسبقا بصفة رسميا وملزمة للجميع العاملين في المنظمة الإدارية ليتابعونها في كل اتصالاتهم عند أدائهم جل النشاطات داخل المؤسسة, وينقسم بدوره الى ثلاث أنواع من الاتصال الرسمي هي :

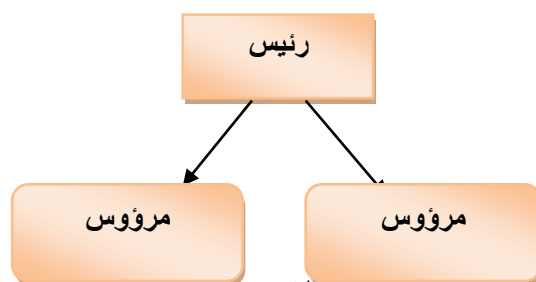
- أ- اتصال نازل .
- ب- اتصال صاعد .
- ج- اتصال أفقي . (بلخيري, جابري, 2013, ص 40)

#### أ- الاتصال النازل :

هو الاتصال الذي يكون من الأعلى الى الأسفل, يعني الأوامر تصدر من القيادة العليا للمؤسسة الى اقل مستوى من الإدارة حيث يتواجد العاملين المنفذين في قاعدة الهرم . ويتميز هذا الأخير بالوضوح والسهولة في المنظمات الإدارية والصغيرة ومتوسطة الحجم, وتصنف هذه الاتصالات ضمن إطار الاتصالات الرئيسية حيث تتناسب المعاني مثل التعليمات والأوامر والأبناء, وهناك اعتبارات يجب ان تأخذ بعين الاعتبار.

أولا: إن الرئيس أو المدير يدرك حقيقة الجانب التقني في علاقته بمرووسيه ويثبت فيهم روح التحدي والإصرار والحماس لبلوغ الأهداف المسطرة.

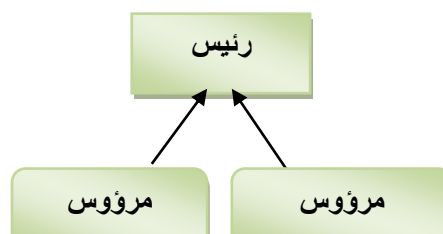
ثانياً: يقابل هذا مدى جاهزية واستعداد المرؤوسين لتلقي هذه الأوامر وقبولها لتحقيق الفهم المتبادل وان تكون لديهم روح الفريق الواحد لتحقيق الأهداف المنشودة.



الشكل 01: يوضح الاتصال النازل. (بلخيري, جابري, 2013, ص 40)

### ب- الاتصال الصاعد :

يكون الاتصال هنا من المستويات الإدارية الدنيا الى أعلى مستوى , وذلك من خلال معرفة كل ما يحدث في الميدان يرفع المعنويات عن كيفية العمل, واختبارهم بأي مشكل قد يحدث, ويتضمن هذا النوع من الاتصال ما يلي: صندوق الشكاوي, اجتماعات, التقارير والمذكرات, الشكاوي والتظلمات, مقابلات ترك الهندسة, مجالس الإدارة المصغرة "صبر الأداء, الإشاعات, الملصقات....". ويمثل هذا أجرة المنبع الذي تستمد منه القادة الإدارية توفير المعلومات والبيانات المتعلقة بكل المستويات الإدارية, مما يتيح لهم إصدار القرارات (رماش, 2009, ص 141).

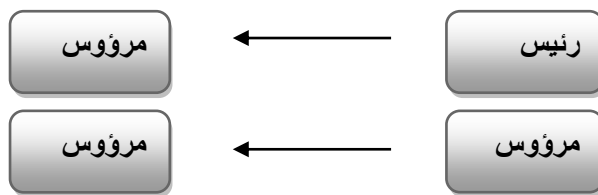


الشكل 02: يوضح الاتصال الصاعد. (بلخيري, جابري, 2013, ص 44)

### ج- الاتصال الأفقي :

هو الاتصال الذي يتم غير الإدارات والمراكز الوظيفية أي بين العاملين في نفس مستوى الإداري, ويكون عن طريق تبادل وجهات النظر والتقنيات والمسائل وكذلك ترقية وتطوير الاجتماعات يسمح بالتبادل المعلوماتي بين مختلف رؤساء الأقسام وتحقيق التنسيق بين أوجه النشاطات المختلفة داخل المنظمة الإدارية من اجل القيام بعمل متكامل ومتناسق للوصول الى تفاهم وحلول مناسبة وتحقيق كل هذا يعمل الجميع بروح فريق واحد. (بولعويديت, 2008, ص 49)

إذن الاتصال الأفقي دوره هنا انه تكمل النوعين السابق ذكرهما النازل والصاعد فهو يلجأ الى وسائلها الجريده الداخلية للقاءات العفوية والمناسبة غير الرسمية إضافة الى شبكة الانترنت الداخلية مؤخرًا.



الشكل 03: يوضح الاتصال الأفقي (بلخيري, جابري, 2013, ص 45)

## 2. الاتصال غير رسمي

هي الاتصالات التي تقع خارج حدود السلطة والمؤسسة, وتحدث وقتا لرعاية الأفراد في تبادل الأفكار والمعلومات والاتجاهات والمشاعر وشعر الى تحقيق الأهداف الشخصية, ويعد هذا الأخير مكملا للاتصال الرسمي إذا أحسن استخدامه والتعامل

معه (السعيد مبروك, 2013, ص 115)

كما تعرف على أنها تلك الاتصالات التي تنشأ بواسطة وسائل غير رسمية, لا يكون ضمنها تلك اللوائح والإجراءات والتقارير الرسمية, وإنما تحدد ما الصلات الشخصية و العلاقات الاجتماعية بين الأفراد, ويتميز هذا النوع من الاتصالات بسرعه قياسا بالاتصالات الرسمي (كورتل, يوب, 2013, ص 14).

الاتصالات غير رسمية أو ما تعرف بالاتصالات المحورية وهي من النوع الذي يشمل الاتصالات العامة القائمة بين المدراء والعاملين في إدارات أخرى غير تابعة في التنظيم أي أنه يكون كل شكل اتصال غير رسمي تنظيمي, وهو من الاتصالات التي تتم خارج القنوات الرسمية المحددة للاتصال ويعتمد أساسا على مدى قوة وتماسك العلاقة الشخصية التي تربط أجزاء التنظيم الإداري وبين أفرادها, ويلجأ إليه دائما كل العاملين لتسهيل الأمور التنظيمية لتمييزه بوفرة الوقت في جمع المعلومات والبيانات (شعبان فرج, 2009, ص 162).

### المطلب الثالث: استراتيجيات الاتصال المؤسسي

تعتمد كل مؤسسة (صناعية, تجارية, مالية, خدماتية ...) على وضع إستراتيجية اتصالية تأخذ بعين الاعتبار كل المعطيات المتعلقة بالمحيط الخارجي للمؤسسة, كذلك المعلومات والوسائل الخاصة بها (هياكل وخدمات وأفراد) كمصادر معلوماتية تساعد في إعداد أرضية بناء إستراتيجية اتصالية وتبرز هذه الإستراتيجية من خلال هذا المخطط الاتصالي لتفعيل القواعد المعلوماتية عن طريق إتقان الرسائل الاتصالية (مفهوم, جذابة) واختيار الرموز والرسائل المناسبة للجمهور وهذا من خلال التنظيم والتنفيذ. (دنيو, 2003, ص 91)

#### أ- تعريف الإستراتيجية الاتصالية:

وقد أدركت المؤسسات أهمية وجود الإستراتيجية الاتصالية التي عرفت على أنها مجموعة العمليات المبنية على قاعدة معلومات إرشادية التي تجمع أواصر العاملين تحت لوائهم وتشكل رباطا أساسيا لعناصر الخطة المدروسة للواقع المحلي, لتدفع إلى

التصرف المدروس والإيجابي وللتحفيز الاجتماعي المنشود، وهي تمتد في المؤسسة من سنتين إلى خمس سنوات لإعداد خطط عمل سنوية، ومن خلالها تتحد العناصر المختلفة واللازمة لتطبيق هذه الإستراتيجية الاتصالية ومتابعتها. (خبيزي، 2020، ص 432)

#### ب- مراحل إعداد إستراتيجية اتصالية:

يتم تحديد ووضع إستراتيجية اتصالية للمؤسسة وفقا لثلاث مراحل أساسية وهي:

- مرحلة البحث: تتمثل في وصف وتشخيص وضع المؤسسة من خلال تحليل إشكال الاتصال فيها والنقائص الموجودة وكذلك تحليل الثنائية المتمثلة في الجمهور المستهدف والرسالة الموجهة له
- مرحلة التفكير: يتم فيها تحديد أهداف المؤسسة وتشخيص وضع الجمهور المستهدف الداخلي والخارجي الخاص بها، بالإضافة إلى تحديد الجمهور المستهدف واختيار الرسالة المناسبة للتأثير عليه.
- مرحلة التنفيذ: بعد الانتهاء من مرحلتين التشخيص وتحديد الأهداف، يجب تطبيق هذه القرارات من خلال تشخيص ميزانية تتوافق مع إمكانيات المؤسسة والتنفيذ بواسطة خطة اتصالية محكمة. (بلخيري، 2015، ص 65)

## المبحث الثاني: الثقافة الاتصالية (التنظيمية)

### المطلب الأول: مفهوم الثقافة الاتصالية (التنظيمية) و التتبع التاريخ لظهورها

بما أن الثقافة الاتصالية جزء مهم وفعال من الثقافة التنظيمية سنحاول الحديث عن الثقافة التنظيمية وما يشملها فهو ينطبق على الثقافة الاتصالية, نظرا لعدم وجود مراجع تحمل بين طياتها على الثقافة الاتصالية بشكل مفصل ومنفصل.

### الفرع الأول: تعريف الثقافة الاتصالية (التنظيمية):

تعتبر الثقافة شيئا تجريديا, إلا أن القوى التي تتكون في المواقف الاجتماعية والتنظيمية والمستقاة من الثقافة قوى عاتية, وإذا لم نفهم طريقة عمل هذه القوى نصبح ضحايا لها, (P03 , 2004,Edgar H.Schein) ولتوضيح كيف يساعدنا هذا في إعطاء شرح لمفهوم الثقافة الاتصالية (التنظيمية) تم التطرق إلى ذلك كالآتي:

ان ثقافة المؤسسة الاتصالية من الممكن ان تكون متشابهة عند كل المنظمات لكن من غير الممكن ان تكون متطابقة, حيث تقوم كل مؤسسة بتكوين ثقافة خاصة بها من خلال فلسفتها وأنماط اتصالها وإجراءاتها وعملياتها ونظم العمل وطرق اتخاذ القرار... والقيم والتوقعات والاعتقادات وبمرور الوقت يصبح للمنظمة ثقافتها الخاصة التي يدركها كلا من العاملين والجمهور, وبهذا فان الثقافة الاتصالية تعني تلك الثقافة التي تساعد على نقل قيم المؤسسة بين العمال والاتفاق حول طريقة العمل, أيضا القيام بالتواصل الفعال فيما بينهم دون وجود قيود عليهم من طرف الإدارة العليا داخل المؤسسة أو المسؤولين المباشرين, إذا يمكن اعتبارها على أنها مجموعة من المبادئ السياسية التي تبنيتها المنظمة لحل مشكلاتها, حيث يقصد بها: احترام المحيط الطبيعي أو النفتح على العالم الخارجي وهذا انطلاقا من تكوين مجموعة شبكات اتصال مع هذا المحيط. بالإضافة الى القيم التي تساعد على التكيف الداخلي انطلاقا من توفير مبدأ الاستماع للغير واحترام القواعد الأساسية في الحوار ولا يكون هذا إلا بتنظيم اتصالي متوارث داخل المنظمة متعارف عليه بين جميع العاملين, هذه الثقافة داخل المؤسسة مبنية على عامل فريد من نوعه إلا وهو الاتصال ولن تستطيع هذه الأخيرة تحقيق أهدافها دون وجود عنصر الاتصال خاصة ذلك النوع الذي يشجع العاملين والموظفين في الغرف العملياتية المباشرة لمهامهم من التواصل والتفاهم فيما بينهم وأيضا إشراكهم في اتخاذ القرارات المتعلقة بعملهم. (بوساحية,صحراوي, 2021, ص 161)

مفهوم الثقافة الاتصالية تعدى ذلك ليشمل الفلسفة التي تحكم سياسات المؤسسة تجاه الموظفين والعلماء والطريقة التي يتم بها انجاز المهام, والافتراضات والمعتقدات

التي يتشارك في الالتفاف حولها أعضاء التنظيم وقد عرفها خبراء علم الإدارة فكانت التعريفات على النحو التالي:

✓ مجموعة من الافتراضات والاعتقادات والقيم والقواعد والمعايير التي يشترك بها أفراد المؤسسة وهي بمثابة البيئة الإنسانية التي يؤدي الموظف عمله فيها.  
✓ مجموعة من القيم والمعتقدات والمفاهيم وطرق التفكير المشتركة بين أفراد المؤسسة والتي قد تكون غير مكتوبة يتم الشعور بها ويشترك كل فرد في تكوينها ويتم تعليمها للأفراد الجدد في المؤسسة.

✓ تفاعل مع الثقافات الفرعية بالمؤسسة من جانب وثقافة البلد في سياق قطاع المؤسسة من جانب آخر والثقافة الاتصالية هي مجموعة من القيم التنظيمية المميزة للمؤسسة كقيم المشاركة، الاتصال، احترام الوقت والالتزام والمؤثرة في سلوكيات وممارسات الفاعلين والتي من شأنها الحفاظ على أنماط العلاقات الإيجابية كالتماسك و الرضا إضافة إلى تعديل بعض السلوكيات السلبية التي تزعزع استقرار المؤسسة وتعرقل تحقيق الأهداف. (مبني، 2021، ص 19)

#### الفرع الثاني: التتبع التاريخ لظهور الثقافة الاتصالية

لعل أول من استعمل مفهوم ثقافة المؤسسة "ج. إليوت ( Elliot Jacques ) سنة 1951م حتى و إن أكد "كيش ديس" أنه ظهر لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية في السبعينات و أنه لم ينتقل إلى فرنسا على لسان المسيرين إلا في بداية الثمانينات و لم يوظف في الجزائر إلا في سنة 1997م إذا استثنينا مقالي "عبد الله بندي" و "مزوار بلخضر". (بوراس، 2014، ص 81)

و هناك من يرى أن هذا المفهوم أول ما برز في الكتابات الخاصة بالإدارة في أمريكا الشمالية، وهذا في سنة 1981م، واستعمل مصطلح ثقافة المنظمة لأول مرة من طرف الصحافة المتخصصة في سنة 1980م، وكان ذلك من طرف المجلة الاقتصادية الأمريكية Week Business إلى أن جاء الباحثان ( A.A. Kennedy & T.E.Deal ) سنة 1982م بكتاب تحت عنوان ( culture Corporate ) واضعين بذلك اللبنة الأولى لهذا المفهوم. فيما يذكر هوفستيد أن مصطلح " الثقافة التنظيمية لم يصبح شائعا إلا في حلول الثمانينات الميلادية، ويحيل هوفستيد ذلك لكتابين اثنين هما: ثقافة المنظمة، وكتاب الامتياز عن البحث

وفي مطلع التسعينات تزايد اهتمام علماء السلوك التنظيمي بمصطلح " الثقافة التنظيمية"، باعتبارها عاملا منتجا لمناخ العمل، مما يترك أثرا بالغا على سلوك الأفراد ومستويات إنتاجيتهم وإبداعهم. (عيسوي، 2012، ص 14)

المطلب الثاني: خصائص وعناصر الثقافة الاتصالية ( الثقافة التنظيمية):

الفرع الأول: خصائص الثقافة الاتصالية ( الثقافة التنظيمية)

يعتبر مفهوم الثقافة الاتصالية أو ما تسمى بالثقافة التنظيمية من المواضيع الحديثة التي دخلت على كتب الإدارة ويعكس هذا المفهوم المعرفة والأفكار والقيم لدى مجتمع ما حيث، اهتم عدد كبير من الباحثين الإداريين بشرح هذا المفهوم وكيفية استخدامه لمعالجة المشاكل الإدارية.

فمن بين خصائص الثقافة الاتصالية:

✓ الانتظام والسلوك والتقييد به: نتيجة التفاعل بين أفراد المنظمة فإنهم يستخدمون لغة ومصطلحات وعبارات وطقوس مشتركة ذات علاقة بالسلوك من حيث الاحترام والتصرف.

✓ المعايير: هناك معايير سلوكية فيما يتعلق بحجم العمل الواجب انجازه (لا تعمل كثيرا جدا ولا قليلا جدا).

✓ القيم المتحكمة: يوجد قيم أساسية تتبناها المنظمة ويتوقع من كل عضو فيها الالتزام بها، مثل جودة عالية، نسبة متدنية من الغياب، والانصياع للأنظمة والتعليمات. (عاشوري، 2015، ص 83)

كما وضحت رباب محروس عبد الحميد الخصائص العامة للثقافة الاتصالية على النحو التالي:

■ نظام متشابك: حيث تتكون من مجموعة جوانب فرعية تتفاعل مع بعضها البعض، وهي:

- الجانب المعنوي: ويشمل القيم والأخلاق والمعتقدات والأفكار
- الجانب السلوكي: ويشمل العادات والتقاليد لأفراد المجتمع
- الجانب المادي: ويشمل كل ما هو ينتج من أشياء ملموسة مثل المباني والأدوات والمعدات والأطعمة.

■ نظام شامل: فهو يخلق باستمرار الانسجام التام بين مختلف عناصره؛ لذا فإنه في حال إذا ما طرأ تغيير على أحد جوانب نمط الحياة فهو ينعكس أثره على باقي مكونات النمط الثقافي .

■ نظام تجميعي متواصل: حيث يتم توريثه عبر الأجيال عن طريق التعلم والمحاكاة، وتتزايد الثقافة من خلال ما تضيفه الأجيال إلى مكوناتها من عناصر وخصائص وطرق انتظام وتفاعل هذه العناصر والخصائص.

■ نظام متقلب ومتقدم: فهو يتميز بعملية التغيير المستمر، حيث تطرأ عليه ملامح جديدة ويفقد ملامح قديمة. (محروس عبد الحميد، 2022، ص 61)

### الفرع الثاني: عناصر الثقافة الاتصالية (التنظيمية)

إن الثقافة الاتصالية تتكون من عدة عناصر يجمع عليها عدد من الباحثين، وهي على النحو التالي:

### 1. القيم التنظيمية:

القيم عبارة عن اتفاقات مشتركة بين أعضاء المنظمة الاجتماعية الواحدة، حول ما هو مرغوب، وما هو غير مرغوب، أو غير جيد، أو غير مهم. أما القيم التنظيمية فهي تمثل القيم في مكان أو بيئة العمل، بحيث تعمل هذه القيم على توجيه سلوك العاملين ضمن الظروف التنظيمية المختلفة، ومن هذه القيم توجيه جهود المنظمة نحو المستفيد، الاهتمام بالأداء والاحترام للآخرين. (بن خليف، وآخرون، 2021، ص 110)

### 2. المعتقدات التنظيمية:

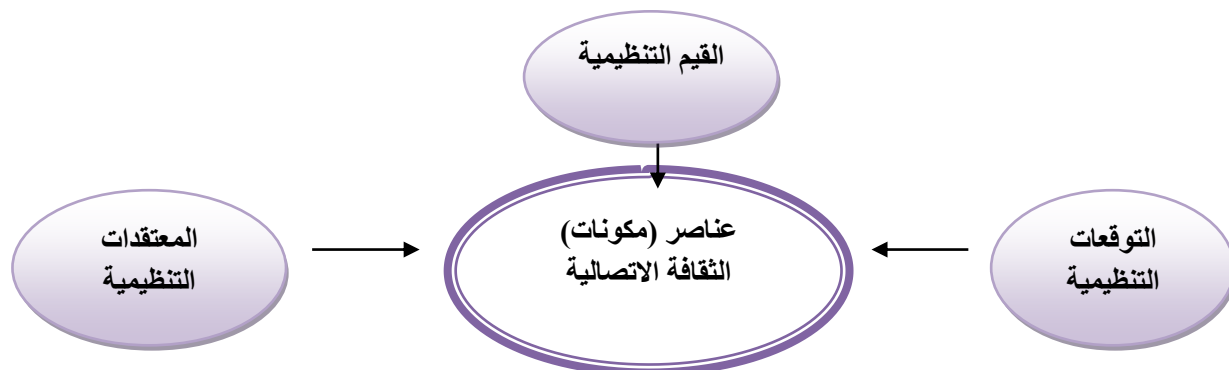
هي عبارة عن أفكار وتصورات مشتركة بين العاملين، تدور حول طبيعة العمل والحياة الاجتماعية في بيئة العمل، وكيفية إنجاز الأعمال والمهام الوظيفية، ومن هذه المعتقدات أهمية مشاركة العاملين في عملية صنع القرارات، والمساهمة في العمل الجماعي، وأثر ذلك في تحقيق الأهداف التنظيمية. (الود، 2017، ص 618)

### 3. الأعراف التنظيمية:

هي ما تم التعارف عليه داخل أي منظمة دون الحاجة لكتابة تلك الأعراف، حيث تسود ويلتزم الجميع بها على اعتبار أنها مفيدة للمنظمة ولبينة العمل؛ وذلك بغض النظر إن كانت تلك الأعراف فعلا لها فائدة أو عديمة الفائدة مثل عدم توظيف اثنان من نفس العائلة في مكان عمل واحد أو عدم السماح لمن يشغل منصب حساس في الحكومة بالزواج من جنسية أجنبية. (رياحي، مانع، 2021، ص 345)

### 4. التوقعات التنظيمية:

وهي عبارة عن مجموعة من الأشياء المتوقعة التي يحددها أو يتوقعها الفرد من المنظمة، وكذلك تتوقعها المنظمة من الفرد، خلال فترة عمل الفرد في المنظمة، مثال ذلك التوقعات المتبادلة بين الرئيس والمرؤوس، ومن الزملاء فيما بينهم، والمتمثلة بالتقدير والاحترام، وتوفير بيئة تنظيمية تساعد، وتدعم احتياجات الفرد الاقتصادية والنفسية والاجتماعية. (ربغي، معمري، 2021، ص 214)





الشكل 04: يوضح عناصر (مكونات) الثقافة الاتصالية. (من إعداد الطالبات)  
 أما العناصر الظاهرية فيلخصها تيرانس وآخرون في الجدول على الصفحة الموالية:

العنصر الظاهري	الوصف
المراسم	أحداث وأنشطة خاصة يقوم الأفراد فيها بممارسة شعائر/طقوس، أساطير في ثقافتهم) مثال إجراء احتفال سنوي لتكريم أفضل موظف).
شعائر	مجموعة فعاليات أو أحداث تفصيلية مخططة تدمج مظاهر ثقافية متنوعة في حدث معين يتم القيام به من خلال التفاعل الاجتماعي، وتهدف إلى نقل رسائل معينة أو إنجاز أغراض محددة. مثال: طقوس التحاق موظف جديد بالمؤسسة، أو ترقية مسؤول، أو اجتماع غداء أسبوعي غير رسمي لتعميق الترابط والتكامل بين العاملين.
الطقوس	وهي احتفالات متكررة تتم بطريقة نمطية معيارية وتعزز بصورة دائمة القيم والمعايير الرئيسة. مثال فترة استراحة يومية لتناول القهوة أو الشاي توفر فرصة لتقوية الروابط بين العاملين، والاجتماع السنوي للمساهمين.
القصص والأساطير	القصص هي روايات لأحداث في الماضي يعرفها العاملون وتذكرهم بالقيم الثقافية للمنظمة، وهي مزيج من الحقائق والخيال، تدور هذه القصص في الغالب حول المؤسسين الأوائل للمنظمة، كما أنها توفر معلومات حول الأحداث التاريخية التي مرت بها بما يساعد الموظفين على فهم الحاضر والتمسك بالثقافة والمحافظة عليها. أما الأسطورة أو الخرافة: فهي قصة من نوع معين تعطي تفسيراً خيالياً ولكن مقبولاً لحدث أو شيء معين يبدو بخلاف ذلك محيراً أو غامضاً، فقد يقوم أفراد المنظمة أحياناً بتأليف الروايات الخرافية حول مؤسسي المنظمة نشأتها أو تطورها التاريخي من أجل توفير إطار لتفسير الأحداث الجارية في المنظمة.
الأبطال	هم أناس يتمسكون بقيم المنظمة وثقافتها، ويقدمون دوراً نموذجياً في الأداء والإنجاز لباقي أعضاء المنظمة.
نجوم عاديين غير	وهم شخصيات ثقافية غير عادية يتفوقون على زملائهم ويصبحون أحياناً رموزاً للصناعة (التي تعمل فيها المنظمة)

بأكملها.	
الرموز واللغة	الرموز هي عبارة عن أشياء، أفعال، أحداث، أو عالقة تعمل كوسيلة لنقل المعاني- ترتبط بمعنى معين لدى الناس، مثل شعار المؤسسة أو علمها، اسمها التجاري، المصافحة بالأيدي وغيرها مما يحمل معاني معينة ترتبط بقيم المنظمة ومعاييرها. اللغة هي منظومة من المعاني المشتركة بين أعضاء المنظمة يستخدمونها لنقل الأفكار والمعاني الثقافية، وفي كثير من المنظمات تعكس اللغة التي يستخدمها العاملون ثقافة تلك المنظمة.
الروايات الشعبية	وهي روايات خرافية ولا أساس لها.
القصص البطولية	وهي روايات تاريخية تصف الإنجازات الفريدة لجماعة معينة وقيادتها.
البيئة المادية	وتشير إلى الأشياء التي تحيط بالناس ماديا وتقدم لهم مثيرات حسية فورية أثناء القيام بأنشطة ثقافية تعبيرية، وتتضمن كيفية تصميم المباني والمكاتب ونوع الأثاث، وموقع الفرد، وكذلك توزيع البريد على العاملين، والمكالمات الهاتفية والساعات المعلقة على الجدران.

الجدول 01: يوضح العناصر الظاهرية للثقافة الاتصالية (التنظيمية). (بن حمود،

2017، ص 48)

### المطلب الثالث: أنواع الثقافة الاتصالية ( التنظيمية )

قدم الباحثون العديد من التصنيفات للثقافة الاتصالية اختلفت حسب وجهة نظر كل باحث:

أ- من حيث مدى قوة الثقافة:

فتعرف **الثقافة القوية** بأنها: "الحد الذي يجعل الأعضاء يتبعون ما تمليه عليهم الإدارة". فهي التي تحظى بالثقة والقبول من جميع أعضاء المنظمة ويشتركون في مجموعة متجانسة من القيم والمعتقدات والتقاليد والمعايير ، وتكون هذه الثقافة متوافقة مع أهداف المنظمة، وتؤثر على التوجهات الإستراتيجية وتساهم في الفعالية والتطوير بالمؤسسة، وتتمتع الثقافة القوية بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

● **الثقة**: وتتمثل الثقة في الدقة والتهديب ووحدة الذهن والتي تعتبر عاملا مهما من عوامل تحقيق إنتاجية مرتفعة.

● **الألفة والمودة**: يمكن للألفة والمودة أن تتأتى من خلال إقامة علاقات متينة مع

الأفراد داخل المنظمة من خلال الاهتمام بهم ودعمهم وتحفيزهم

فيما يرى ستيفن روبرت أن الثقافة القوية تعتمد على :

✓ عنصر الشدة والذي يرمز إلى القوة تمسك أعضاء المنظمة بالقيم والمعتقدات السائدة.

✓ عنصر الإجماع والمشاركة لنفس الثقافة التنظيمية السائدة من قبل الأفراد، والذي يعتمد على تعريف الأفراد بالقيم السائدة في المنظمة وما يحصلون عليه من مكافآت وحوافز جراء التزامهم .

كما توجد بعض الخصائص التي تتسم بها الثقافة القوية نوردتها فيما يلي:

○ تشجيع وتحفيز التربة نحو التصرف، مع التأكيد على الاستقلالية والمبادأة، وتشجيع الموظفين على تحمل المخاطرة.

○ أنها تنبثق عن طبيعة رسالة المنظمة، ويتعين عليها أن تركز جهودها فيما تجيد من عمل ، وإقامة علاقات وثيقة مع العملاء كوسيلة لتحسين وتعزيز مركزها التنافسي ، من خلال التركيز على قيم التوجه بالمستهلك.

○ إرساء تصميم تنظيمي من شأنه أن يحفز الموظفين على بذل أفضل ما لديهم بغية تعظيم الإنتاجية من خلالهم، وأن احترام الفرد يمثل الوسيلة الأساسية التي يمكن للشركة من خلالها استعادت البيئة السليمة للسلوك الإنتاجي. (سويبي، 2013، ص 58)

**الثقافة الضعيفة** فتتميز بتعدد الثقافات الفرعية وتباينها ما يقود إلى صراعات تنظيمية تؤثر سلباً على الفعالية والأداء داخل المنظمة، " وهي تلك الثقافة التي لا يتم اعتناقها بقوة من طرف أعضاء المنظمة ولا تحضي بالثقة والقبول الواسع لديهم ، وعليه وحتى يتوافق الأعضاء مع قيم المنظمة وأهدافها، تقوم هذه الأخيرة بتطبيق إجراءات ردعية من خلال القوانين واللوائح والوثائق الرسمية المكتوبة وإتباع أسلوب بيروقراطي قد يؤدي بدوره إلى السلوك العدواني والأفكار غير العقلانية وعدم الثقة والاهتمام وترك الخدمة وانخفاض مستويات كل من التحفيز والالتزام والروح المعنوية والمنافسة "

ب- من حيث شمولية الثقافة:

**الثقافة السائدة:** هي عبارة عن شخصية وهوية المنظمة فهي القيم السائدة لدى غالبية أفراد التنظيم والتي تؤثر وتوجه سلوكهم.

**الثقافة الفرعية:** هي ثقافة جزئية بمعنى أنها تنشأ داخل جزء من المنظمة سواء كان قسم، إدارة أو وحدة، تحتوي على كل من القيم السائدة للمنظمة والقيم الخاصة بأفراد الفريق أو المجموعة الجزئية. (بن حمود، 2017، ص 42)

ج- من حيث نمط الثقافة:

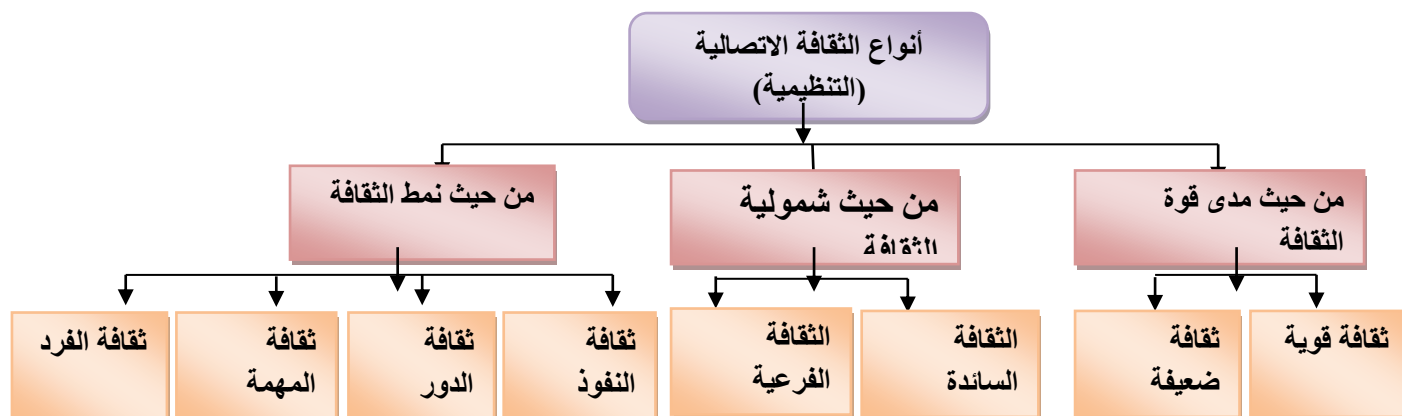
**ثقافة النفوذ (القوة):** تتواجد هذه الثقافة غالباً في المنظمات التي حققت نموها في إطار شخص قوي ومتسلط، حيث أن الهيكل يشبه العنكبوت ويقع العنكبوت ذاته في منتصف شبكة النسيج، وهو يدل على أن المركز والطاعة والرقابة يعطي قيمة عالية

مثلما هو الحال في النوع الأول غير أن هذا النوع ليس مثل البيروقراطيات الكلاسيكية, مما يجعل هذا النوع مساعد أكثر لعملية التغيير, غير أنه قد يعرقل من عملية الابتكار نظر للقدر المحدد من حرية التصرف التي يتم منحها للأعضاء. ( تيطراوي, 2012, ص 36)

**ثقافة الدور:** وتركز على نوع التخصص الوظيفي, وبالتالي الأدوار الوظيفية أكثر من الفرد, وتهتم بالقواعد والأنظمة, كما أنها توفر الأمن الوظيفي والاستمرارية وثبات الأداء.

**ثقافة المهمة:** وهذه الثقافة تركز على تحقيق الأهداف وإنجاز العمل, وتهتم بالنتائج وتحاول استخدام الموارد بطرق مثالية من أجل تحقيق أفضل النتائج بأقل التكاليف. (القاضي, 2015, ص 199)

**ثقافة الفرد:** تعد هذه الثقافة بمنزلة خاصية مميزة لنموذج الإدارة الواعي, إذ نجد الأفراد داخل الهيكل التنظيمي يجددون بشكل جماعي الطريق الذي سوف تسير عليه المنظمة, وإذا كان هناك هيكل رسمي فإنه يميل إلى خدمة احتياجات الأفراد داخل الهيكل ويلاحظ أن المنظمات التي تتبع هذه الثقافة ترفض الهرمية الرسمية لإنجاز الأشياء, ولكنها توجد فقط لغرض وحيد وهو تلبية احتياجات الأعضاء. (قريشي, 2017, ص 50)



الشكل 05: يوضح أنواع الثقافة الاتصالية. (من إعداد الطالبات)

#### المطلب الرابع: أهمية الثقافة الاتصالية (التنظيمية)

تلعب الثقافة دوراً أساسياً في المنظمة نظراً لدورها الفعال في تحديد كفاءة وفعالية المنظمات, حيث أن لثقافة المنظمة أهمية كبيرة في حياة المؤسسة وأفرادها فالثقافة الواضحة والقوية في أي منظمة تمد الموظفين برؤية واضحة وفهم أعمق للطريقة التي تؤدي بها الأشياء, وتوفير الإطار الثقافي المناسب, الاستقرار في العمالة مما يؤدي إلى انخفاض معدل دوران العمل, ووجود استجابة سريعة لقرارات الإدارة العليا, كما أن الوعي بثقافة المنظمة وإدارة هذه الثقافة بطريقة كفوة يساعد في تصميم وتطبيق خطة إستراتيجية متكاملة.

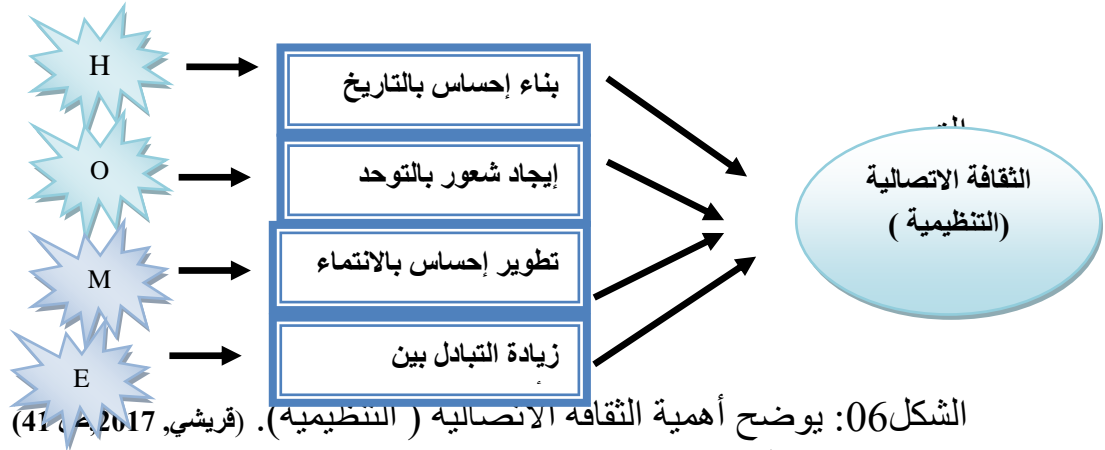
ويمكن تلخيص أهمية الثقافة الاتصالية فيما يلي: (قريشي, 2017, ص 40)

✚ **بناء إحساس بالتاريخ ( History )** :فالثقافة ذات الجذور العريقة تمثل منهجا تاريخيا تسرد فيه حكايات للأداء والعمل المثابر والأشخاص البارزين في المنظمة.

✚ **إيجاد شعور بالتوحد ( Oneness )** :فالثقافة توحد السلوكيات وتعطي معنى للأدوار، وتقوي الاتصالات وتعزز القيم المشتركة ومعايير الأداء العالي.

✚ **تطوير الإحساس بالعضوية والاندماج ( Membership )** :و تتعزز هذه العضوية من خلال مجموعة كبيرة من نظم العمل وتعطي استقرارا وظيفيا وتقرر جوانب الاختيار الصحيح للعاملين وتدريبهم وتطويرهم.

✚ **زيادة التبادل بين الأعضاء ( Exchange )** : وهذا يأتي من خلال المشاركة بالقرارات وتطوير فرق العمل والتنسيق بين الإدارات المختلفة والجماعات والأفراد. ( عيسوي, 2012, ص 36)



الشكل 06: يوضح أهمية الثقافة الاتصالية ( التنظيمية ). ( قريشي, 2017, ص 41)

كما يمكن تلخيص أهمية الثقافة الاتصالية فيما يلي:

❖ تساهم الثقافة الاتصالية في تماسك الجماعة فهي المحرك الأساسي لنجاح المؤسسة ويظهر ذلك من خلال العلاقة بينها وبين مختلف النشاطات التي تسيرها وتتأثر بها

❖ تحقق المؤسسة الهوية وتجمع بين أعضائها وتميزهم عن سواهم

❖ تنمية الولاء والاندماج للمؤسسة

❖ تحقيق الاستقرار التنظيمي

❖ تنمية الشعور بالأحداث والقضايا المحيطة

❖ تحديد مجالات الاهتمام المشترك

❖ التعرف على الأولويات الإدارية

❖ التنبؤ بأنماط التصرفات الإدارية في المواقف الصعبة والأزمات

❖ تعزيز الأدوار القيادية والإرشادية المرغوبة

❖ تحديد معايير لما يجب أن يفعله أو يقوله العاملون

❖ توفير أداة رقابية ذاتية للسلوك وأنماط الاتجاهات المرغوبة

❖ تهيئة إطار مرجعي للعاملين يساعدهم على فهم اتجاهات وأنشطة المؤسسة ويرشدهم للسلوك المناسب في المواقف المختلفة. (سويبي 2013, ص 65)

### خلاصة الفصل:

بناء على ما سبق ذكره في هذا الفصل يمكن القول أن أهم المفاهيم المتعلقة بالاتصال المؤسسي والثقافة الاتصالية ترتبط ببعضها البعض, حيث توصلنا إلى أن الاتصال المؤسسي يعتبر ركيزة أساسية لتحقيق الاتصال بين الأفراد داخل المؤسسة والذي يمكن للإدارة أن تحقق من خلاله عملية اتخاذ القرارات ويؤثر في دافعية الأفراد والتماسك الاجتماعي داخل محيط المؤسسة وخارجها, وهذا الأخير الذي يساهم في تشكيل ثقافتها الاتصالية والتي تعتبر جزء من الثقافة التنظيمية وهي نقل وتبادل العمال لطريقة وسيرورة العمل داخل المؤسسة.

# الفصل الثاني: الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية

**تمهيد**

**المبحث الأول: ماهية الرضا الوظيفي**

المطلب الأول: مفهوم الرضا الوظيفي وخصائصه

المطلب الثاني: عوامل حدوث الرضا الوظيفي

المطلب الثالث: مظاهر الرضا الوظيفي

1. مظاهر الرضا الوظيفي

2. مظاهر عدم الرضا الوظيفي

**المبحث الثاني: الرضا الوظيفي والثقافة الاتصالية**

المطلب الأول: أهمية الرضا الوظيفي

المطلب الثاني: دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي داخل المؤسسة

**خلاصة**

### تمهيد:

يعد موضوع الرضا الوظيفي من الموضوعات الهامة التي أخذت حيزا كبيرا في دراسات الباحثين, نظرا لأنه من بين الأهداف التي تسعى أي مؤسسة الحصول عليه من أجل تحقيق المزيد من الإنتاجية, وزيادة الاستقرار, والأمان الوظيفي داخل المؤسسة, وسنتطرق في هذا الفصل إلى عدة عناصر من بينها مفهوم للرضا الوظيفي, ومن ثم ذكر لأهم خصائصه, والتعرف على مظاهر الرضا وعدم الرضا الوظيفي, في حين سنخرج إلى دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي داخل المؤسسة.

**المبحث الأول: ماهية الرضا الوظيفي**

**المطلب الأول: مفهوم الرضا الوظيفي وخصائصه**

الرضا كما تشير بعض المعاجم اللغوية هو: ضد السخط ، وارتضاه : رآه له أهلاً ورضي عنه : أحبه وأقبل عليه. (ابن منظور, 1992, ص323)

مفهوم الرضا قديم وبخاصة في تراثنا الإسلامي، حيث أشير إليه في القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة وكتابات المسلمين فيما بعد. وحول مفهوم الرضا في التراث الإسلامي، يذكر المشعان: أن الرضا ثمرة الجهد في الدنيا وغاية الحياة، وهو من أعلى مقامات المقربين ومنتهى الإحسان في العمل والمكافآت، والرضا المتبادل بين الخالق والمخلوق هو الفوز العظيم وهما ليسا أمرين متضادين أو منفصلين، وإنما تقوم العلاقة بينهما على أساس أن أحدهما موجب للآخر وتحقيقهما قمة المقامات (وسمي الشمري، 2013، ص 25) قال الله تعالى: «رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ» (المائدة: 121)، «يَا أَيُّهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً» (الفرج: 30-31)، وهي المكافأة التي يتلقاها المؤمنون ومن اتبع الهدى... «وَالَّذِينَ اتَّبَعُوهُمْ بِإِحْسَانٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ وَأَعَدَّ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ» (التوبة: 101)

يعرف الرضا الوظيفي بأنه إحساس داخلي يبيت روح الحماس في الفرد فيدفعه للعمل بفاعلية وكفاءة وهو بذلك يرضي ميوله ويشبع حاجاته فيتوافق مع البيئة المحيطة به. كما يعرف أيضا بأنه مجموعة المشاعر الوجدانية التي يشعر بها الفرد نحو العمل الذي يشغله، وهذه المشاعر قد تكون سلبية أو إيجابية وهي تعبر عن مدى الإشباع الذي يتصور الفرد أنه يحققه من عمله.

في حين عرفه العدلي بأنه الشعور النفسي بالقناعة والارتياح أو السعادة لإشباع الحاجات والرغبات والتوقعات مع العمل نفسه وبيئة العمل والمؤثرات الأخرى ذات العلاقة. (الرحيلي، 2016، ص 638)

### الفرع الثاني: خصائص الرضا الوظيفي

1. تعدد مفاهيم طرق القياس: أشار الكثير من الباحثين في ميدان الرضا الوظيفي إلى تعدد التعريفات وتباينها حول الرضا الوظيفي وذلك لاختلاف وجهات النظر بين العلماء الذين تختلف مداخلمهم وأرضياتهم التي يقفون عليها
2. النظر إلى الرضا الوظيفي على أنه موضوع فردي: غالبا ما ينظر إلى أن الرضا الوظيفي على أنه موضوع فردي فإن ما يمكن أن يكون رضا لشخص قد يكون عدم رضا لشخص آخر فالإنسان مخلوق معقد لديه حاجات ودوافع متعددة ومختلفة من وقت لآخر وقد انعكس هذا كله على تنوع طرق القياس المستخدم
3. الرضا الوظيفي يتعلق بالعديد من الجوانب المتداخلة للسلوك الإنساني: نظرا لتعدد وتعقيد وتداخل جوانب السلوك الإنساني تتباين أنماطه من موقف لآخر ومن دراسة لأخرى، بالتالي تظهر نتائج متناقضة ومتضاربة للدراسات التي تناولت الرضا لأنها تصور الظروف المتباينة التي أجريت في ظلها تلك الدراسات. (البارودي، 2015، ص 38)

4. الرضا الوظيفي حالة من القناعة والقبول: يتميز الرضا الوظيفي بأنه حالة من القناعة والقبول ناشئة عن تفاعل الفرد مع العمل نفسه ومع بيئة العمل وعن إشباع الحاجات والرغبات والطموحات، ويؤدي هذا الشعور بالثقة في العمل والولاء والانتماء له وزيادة الفاعلية في الأداء والإنتاج لتحقيق أهداف العمل.

5. للرضا عن العمل ارتباط بسياق تنظيم العمل والنظام الاجتماعي: حيث يعد الرضا الوظيفي محصلة للعديد من الخبرات المحبوبة وغري المحبوبة المرتبطة بالعمل فيكشف عن نفسه في تقدير الفرد للعمل وإدارته ويستند هذا التقدير بدرجة كبرى على النجاح الشخصي أو الفشل في تحقيق الأهداف الشخصية وعلى الطريقة التي يقدمها للعمل وإدارة العمل في سبيل الوصول إلى هذه الغايات.

6. رضا الفرد عن عنصر معني ليس دليلا على رضاه عن العناصر الأخرى: إن رضا الفرد عن عنصر معني لا يمثل ذلك دليل كافي على رضاه عن العناصر الأخرى كما أن ما قد يؤدي لرضا فرد معني ليس بالضرورة أن يكون له نفس قوة التأثير وذلك نتيجة لاختلاف حاجات الأفراد وتوقعاتهم. (عمر، 2015، ص15)

### **المطلب الثاني: عوامل حدوث الرضا الوظيفي**

يعمل الناس لكي يصلوا إلى أهداف معينة وينشطوا في أعمالهم اعتقاد منهم أن الأداء سيحقق لهم هذه الأهداف، ومن ثم فإن بلوغهم إياها سيجعلهم أكثر رضا كنتيجة للكشف عن الكيفية التي يتحقق بها، والعوامل التي تسبق وتعد مسؤولة عن حدوثه، وهذه العوامل تكون على النحو التالي :

1. الحاجات: لكل فرد حاجات يسعى لإشباعها ، ويعد العمل أكثر مصادر هذا الإشباع إتاحة.

2. الدافعية: تولد الحاجات قدرا من الفاعلية، لحث الفرد إلى التوجه نحو المصدر المتوقع إشباع تلك الحاجات من خلالها .

3. الأداء: تتحول الدافعية إلى أداء نشط للفرد، خاصة في عمله اعتقادا منه أن هذا الأداء وسيلة لإشباع حاجة الفرد

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

5. الرضا: إن بلوغ الفرد مرحلة من الإشباع من خلال الأداء الكفاء في عمله، يجعله راضيا عن العمل باعتباره الوسيلة التي يتم من خلالها

إشباع حاجاته (الحوتى، 2018، ص 22)

### **المطلب الثالث: مظاهر الرضا الوظيفي**

#### **1. مظاهر الرضا الوظيفي:**

هناك مظاهر عديدة للرضا الوظيفي, هذه المظاهر مع اختلافها وتعددتها إلا أنها تؤثر بشكل إيجابي على العمل ومعدلاته, فالعامل عندما يرضى عن العمل فذلك يجعل منه شخصا قادرا على الأداء, ونوضح هذه المظاهر فيما يلي:

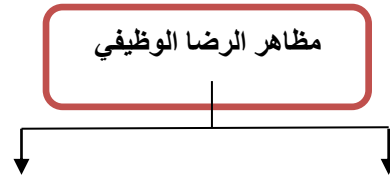
- أ- زيادة معدل الأداء: يمكن القول أن الزيادة في معدل الأداء لدى العاملين هي مظهر هام من مظاهر الرضا عن العمل أو الرضا الوظيفي, فالعامل عندما يرضى عن عمله يؤثر ذلك بالإيجاب على معدل الأداء لديه.
- ب- زيادة معدل الحضور: يمكن القول أنه كلما زادت درجة رضا العاملين عن العمل كلما قلت نسبة الغياب وزاد نسبة معدل الحضور, وخاصة إذا كان لا يوجد عقاب عن الغياب أو أن الحضور ليس إجباريا, وربما كان السبب في ذلك أن الحضور عن العمل يمثل سلوكا معيناً إما سلوكاً إيجابياً أو سلبياً.
- ج- الرضا العام عن الحياة: بمعنى أن الرضا عن العمل يعتبر أحد المؤثرات المحددة للرضا العام للحياة, أي أن هناك انعكاسات للرضا عن العمل على الرضا العام عن الحياة والأدلة التجريبية تشير إلى وجود علاقة طردية بين المتغيرين, وأن متغير الرضا عن العمل يمكن اعتباره أحد مكونات الرضا العام عن الحياة.

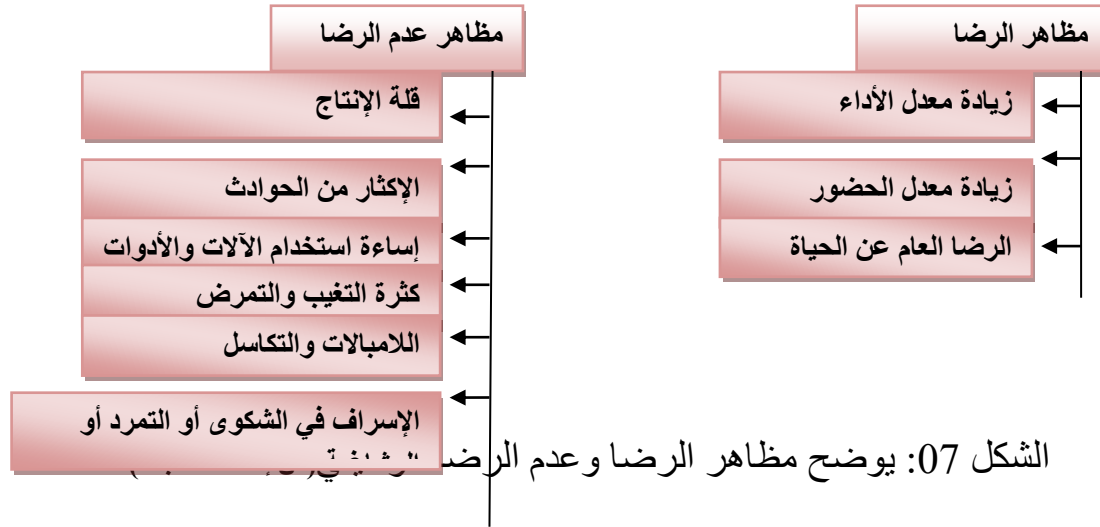
في حين أن طبيعة العلاقة التبادلية بين هذين المتغيرين تكمن في أن الرضا عن العمل يؤثر في الرضا العام عن الحياة كما يتأثر به أيضاً, ورغم افتراض أن هناك علاقة تأثير متبادلة بينهما, إلا أن تأثير الرضا عن العمل في الرضا العام عن الحياة قد لا يتعادل بالضرورة مع تأثير الرضا العام عن الحياة في الرضا عن العمل. (بهنسي, 2011, ص 41)

## 2. مظاهر عدم الرضا الوظيفي

إن عدم الرضا الوظيفي يمثل عجز الفرد عن التكيف السليم مع ظروف عمله المادية أو الاجتماعية معاً, وهناك مظاهر متعددة لعدم الرضا نذكر منها:

- قلة الإنتاج من حيث الكم والكيف
- الإكثار من الحوادث ومن الأخطاء الفنية
- إساءة استخدام الآلات والأدوات والمواد الخام
- كثرة التغيب والتمارض بعذر أو بدون عذر والانتقال من عمل لآخر
- اللامبالاة والتكاسل والشعور بالاكنتاب
- الإسراف في الشكوى أو التمرد أو المشاغبة. (بن سليمان الزيدان, 2014, ص 20)

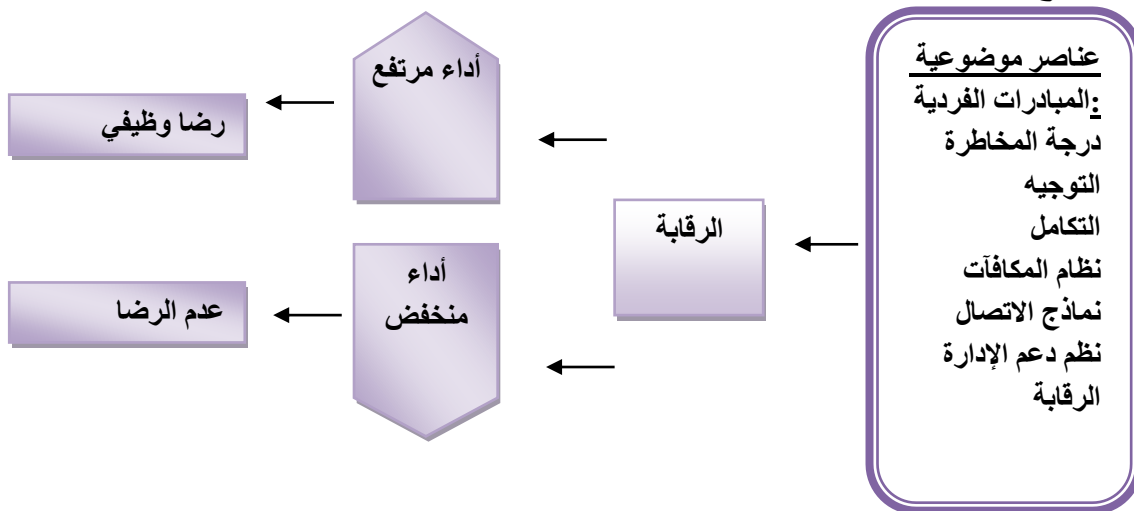




### المبحث الثاني: الرضا الوظيفي والثقافة الاتصالية

#### المطلب الأول: دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي في المؤسسة الإعلامية

✓ علاقة الرضا الوظيفي بالثقافة الاتصالية: بالرغم من عدم اتفاق الباحثين حول الجوانب الوضعية للمؤسسة، إلا أنهم أجمعوا على أنه حتى تقوم الثقافة بوظائفها فإنه لا بد أن تكون ثقافة قوية، فالثقافة القوية ترتبط بمستوى عالي من الإنتاجية والرضا الوظيفي لدى العاملين والعكس في حالة الثقافة الضعيفة تقل الإنتاجية ويقل الرضا الوظيفي لدى العاملين. فكلما زادت عناصر الثقافة قوة وإيجابية كلما قلت درجة الإحباط الوظيفي لدى العاملين والعكس صحيح.



الشكل 08: أثر الثقافة الاتصالية على الأداء والرضا الوظيفي (مركمال, 2014, ص 121)

العناصر الموضوعية:

- المبادرة الفردية : مدى الحرية و الاستقلالية و الصلاحيات المتوافرة لعضو التنظيم
- تحمل المخاطرة : مدى تشجيع الأعضاء على الابتكار و تحمل المخاطر و المغامرة
- الاتجاه : مدى قيام التنظيم بتحديد أهداف و معايير واضحة
- التكامل : مدى قيام الإدارة بتشجيع التعاون و التنسيق بين الوحدات التنظيمية المختلفة
- نظم المكافأة : مدى تخصيص المكافآت و الحوافز وفقا للأداء و ليس أي اعتبارات شخص آخر
- نماذج الاتصال : مدى اقتصار عمليات الاتصال على القنوات الرسمية للاتصال من عدمه
- نظم دعم الإدارة : مدى قيام الإدارة بتوفير الدعم و المساندة و إتاحة المعلومات و تشجيع أعضاء التنظيم
- الرقابة : عدد القواعد و الإجراءات و كمية الإشراف المباشر على تصرفات و سلوكيات العاملين.(مرمما, 2014, ص 122)

يمكن القول أن الثقافة القوية تؤدي إلى زيادة فعالية المؤسسة والترابط الاجتماعي وجماعية العمل وفعالية نظام الاتصال والاتفاق فيما يتعلق بالقيم والمبادئ، في المقابل تعتبر الثقافة الضعيفة من معوقات الفعالية التنظيمية القوية وتؤدي إلى الانعزالية والكرهية بين الأفراد والشعور بالاغتراب و اللامبالاة.

في حين أن الثقافة التنظيمية تؤثر في الرضا الوظيفي للفرد من خلال تأثيرات جوانبها الثلاث عليه و المتمثلة في أولا بتأثير الجانب المعنوي و المتمثل بتأثير القيم، كذلك تأثير الجانب السلوكي وذلك بتأثير العادات و التقاليد، و أخيرا بتأثير الجانب المادي و الذي المرتبط بتأثير البيئة المادية للعمل، كما أن الرضا الوظيفي يتأثر بنوع الثقافة التنظيمية السائدة، حيث أن الثقافة القوية ترتبط بمستوى عالي من الرضا و العكس في حالة الثقافة الضعيفة.

#### ✓ تأثير القيم على الرضا الوظيفي:

يتمثل دور القيم التنظيمية للأفراد فيما يخص رضاهم الوظيفي في جملة من العناصر و المتمثلة في

- ❖ تحقق درجة عالية من الرضا عن العمل
- ❖ زيادة درجة الولاء للمنظمة والالتزام بالسياسات ونظم العمل
- ❖ يشتد الصراع بين الأفراد والجماعات عند تباين أنماط القيم
- ❖ زيادة فعالية البرامج التدريبية

- ❖ تضارب القيم يؤدي الى تفكك وانهيار المنظمة.
  - ❖ زيادة كفاءة عملية اتخاذ القرارات والاتصالات وتبادل المعلومات
  - ❖ تخفيض معدلات ترك العمل والمحافظة على الأدوات والمعدات
  - ❖ زيادة كفاءة العمل ورفع معدلات الأداء
  - ❖ المساعدة في تقييم وتنفيذ الاستراتيجيات التنظيمية. (يونسي، 2015، ص 82)
- ✓ تأثير العادات والتقاليد على الرضا الوظيفي:

تسعى المؤسسة إلى توجيه سلوك الفرد نحو مستوى مرغوب من الأداء و الرضا وهي في ذلك تستخدم عدة سياسات و إجراءات منها ما هو محدد قانونيا (القانون العام و القانون الداخلي) ومنها ما هو مكتوب في الاتفاقيات الجماعية ( بين إدارة المنظمة وممثلي العمال وهم النقابة) ، ومنها ما هو غير مكتوب وغير رسمي تتخذه المنظمة كتصرف أو إجراء تبعا لمواقف معينة، ومن بين هذه السياسات، التحفيز، التدريب، القيادة، الاتصالات واتخاذ القرارات، العادات و التقاليد.

فمثلا هناك مجموعة من العادات والسلوكيات الوظيفية والمهنية والإدارية تتمثل في اللامبالاة بأداء العمل المنوط ببعض الموظفين والنوعية والكفاءة المطلوبة وشيوع بعض العادات الذهنية والسلوكية تتمثل في الكسل الذهني والترهل والتراخي والبطء السلوكي في أداء العمل ومتابعته في إطار شروطه ومعاييرها، ناهيك عن التعود على عدم التبصر واليقظة في متابعة العمل بعد أدائه هذه المجموعة من الظواهر والسلوكيات الاجتماعية والمهنية والإدارية تشكل نمو واتساع الإهمال والكسل والتراخي ، ووهن الحيوية ، وعدم الجدية ، والتبصر في أداء العمل، هي مؤشرات لانخفاض الأداء و الرضا الوظيفي. نستطيع أن نوصف الظواهر الممتدة لتجليات الإهمال وعدم الجدية في أداء العمل ومتابعته إلي بروز نمط ثقافة الفشل وعدم الجدية والمسئولية. (مركمال، 2014، ص 138)

كما أن بعض الخلافات والمشاكل التي تحدث في المنظمة ليست بسبب وجود عيوب، أو نواقص في قوانين، أو أنظمة المنظمة والإدارة، وإنما بسبب وجود عوامل أخرى لا تدخل أحيانا في الحسبان وقت التنظيم، فتحدث المشاكل بسبب التفاوت في العادات والتقاليد.

ولذا فان على المدير الإداري أن يأخذ في الحسبان العادات والتقاليد والأديان والمذاهب واللغات وما أشبه، التي قد تؤدي إلى نجاح المنظمة أو فشلها عند تصميم الهيكل التنظيمي للمنظمة، (يونسي، 2015، ص 84) فإن المدير مهما كان لا يستطيع أن يلغي العادات والتقاليد غير المرغوبة بأوامر إدارية أو بالضغط وما أشبه، وإنما يتوجب أن يتخذ الخطوات الإيجابية لتغييرها، وذلك عن طريق الشرح والإقناع والمداراة والتشجيع المعنوي والمادي وإعطاء المكافأة وغيرها من الوسائل. (مركمال، 2014، ص

### ✓ تأثير البيئة المادية للعمل على الرضا الوظيفي:

إن تجاهل تصميم مكان العمل يمكن أن يكون له تأثير معاكس، ف وفقاً للاتحاد الدولي للتصميم الداخلي الذي يرى أن سوء التصميم غالباً ما يؤدي إلى انعدام الكفاءة التشغيلية وبالتالي إلى خفض الإنتاجية وضعف أداء الأعمال. (مرماد، 2014، ص 141)

ويرى الدكتور مايكل بوشلر " إن المظهر العام للمكتب والشعور الذي يولده لدى الموظفين أمران لهما تأثير عميق و دائم على الحالة الذهنية لكل موظف وهو يعتبر إن أفضل المنظمات هي التي تصمم مكاتبها بطرق تأخذ الموظفين في المقام الأول، كما يرى أن مرافق العمل الآمنة والتي تساهم في خلق بيئة عمل جيدة إنما هي دليل مهم على الاحترام للموظفين.

إن الطريقة التي يتم فيها تصميم مكان العمل يمكن أن يكون لها اثر حاسم على الطريقة المنهجية التي يؤدي بها الموظفون عملهم ، إضافة إلى تشجيع التعاون في مكان العمل لتعزيز قدرة المنظمة على التفكير، ينبغي أن تولى احتياجات الموظفين الأساسية ، مثل الإضاءة ونوعية الهواء الداخلي والراحة اهتماما بالغ الأهمية ، وهي العوامل التي تساعد على الحد من الغياب وتحسين الرضا الوظيفي. (يونسي، 2015، ص 85)

### ✓ دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي داخل المؤسسة الإعلامية:

إن المؤسسة عبارة عن نظام مفتوح تتفاعل ويتأثر وتتطابق خصائصه مع العديد من السياقات المختلفة التي تمثلها البيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية والتكنولوجية والاقتصادية وغيرها، فهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية وطيدة بين المؤسسة وبيئتها الخارجية، إذا هذه الأخيرة تساهم في تكوين ثقافتها التواصلية، مما يؤثر بشكل كبير على تعزيز الرضا الوظيفي، وهو نتيجة متغيرات البيئة الداخلية والخارجية التي يغلب عليها العديد من الأبعاد والمؤشرات، والتي يمكن تلخيصها كالآتي:

#### 1. البعد الاجتماعي والثقافي:

يعبر عن المؤسسة بالكيان الاجتماعي، هذا الكيان الذي يختلف من مؤسسة الى أخرى حيث يؤكد عالم الاجتماع سان سوليو في العديد من أبحاثه ان المؤسسة مسالة اجتماعية فهي القوة العاملة في الأداء والنايظ والقلب للأداء المؤسساتاتي. هذه القوة التي تمتلك عادات وقيم سوسيو ثقافية عامة مشتركة إضافة الى مختلف الثقافات الفرعية الناتجة عن التنسئة الاجتماعية لهؤلاء الأفراد والذي يشكل لهم المحيط الداخلي للمؤسسة بيئة جديدة وفرصة لاكتشاف وتعلم ثقافات أخرى في إطار الثقافة العامة للمؤسسة، هذه الاختلافات السوسيوثقافية تلعب الثقافة الاتصالية دورا كبيرا في تنظيمها وتوجيهها داخل المؤسسة، باعتبار ان العادات الاتصالية تختلف من مجتمع الى آخر، إن سهولة العمليات الاتصالية داخل المؤسسة تسمح بخلق محيط اجتماعي مناسب لتكوين علاقات الصداقة بين مختلف المستويات التنظيمية من خلال

قدرة المرؤوسين على الاتصال بالمشرفين بأريحية, والتي تسمح بإجراء مختلف المناقشات حول العملة كما يمكنهم من عرض مشكلاتهم ومحاولة إيجاد حلول مشتركة لها, والتي تسمح بخلق مشاعر ايجابية نحو العمل وكذا تعزيز قيم الاحترام والتقدير التي تولد الشعور بالانتماء والولاء كتعبير عن الرضا الوظيفي .

## 2. البعد الاقتصادي:

القيمة الاقتصادية هي غياب وجود المؤسسة من الأساس, هذه البيئة ترتبط بمختلف أوجه نشاط المؤسسة الهادفة لإيجاد القيمة المضافة, إن وجود المؤسسة في بيئة اقتصادية شديدة التنافس من شأنه التأثير عليها من خلال الأجور الممنوحة للأفراد, وكذا دوران العمل والتغيب والتأخيرات التي تحدث نتيجة تقديم عروض أفضل للعامل, وبالتالي تخليه عن مؤسسة ما وتفضيله لواحدة أخرى هذا الأمر يحدث نتيجة عدم وجود ثقافة اتصالية قوية تعزز الشعور بالانتماء والولاء للمؤسسة والذي ينبع عن الرضا الوظيفي.

إن تنمية مشاعر الولاء والانتماء للمؤسسة يقلل من عمليات التخلي عن المناصب, من خلال الاستجابة لتطلعات الفرد المادية ( الأجور, المكافآت), من خلال تقوية القنوات الاتصالية والتي من شأنها منح المؤسسة المعلومات حول توقعات المادية للعمال حول الرواتب والمنح والذي من شأنه أن يحدد مدى رضا الوظيفي من عدمه.

( بلمير, 2021, ص 13 )

## 3. البعد السيكولوجي:

باعتبار أن الرضا الوظيفي مسألة ذاتية مرتبطة بمشاعر الفرد والتي تترجم من خلال سلوكيات معينة تعبر عن حالة العاملين داخل المؤسسة, حيث يتم قياس الاتجاهات النفسية للعاملين حول العمل من خلال مجموعة من الوسائل الاتصالية كالاستبيانات والتي تحدد مستوى الرضا والذي يقسم حسب مقياس منيسوتا إلى خمس درجات ( راضي تماما, راضي, متوسط الرضا, غير راضي, غير راضي بشدة), أو استخدام المقابلات الشخصية للعاملين مثل تلك التي أجراها فريديريك هزنبيرغ والتي كان الهدف منها التعرف على مختلف العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفيين, فدور الثقافة الاتصالية هنا هو خلق مجموعة من القيم والقوانين التي تضبط ردود الفعل واستجابات العاملين مع إمكانية التنبؤ بها مستقبلا, الأمر الذي لن يتحقق إلا من خلال رضا العاملين عن المؤسسة والوظائف التي يشغلونها من خلال إشباع الحاجات الفسيولوجية والدوافع النفسية الخاصة بهم.

## 4. البعد التنظيمي:

إن عملية نقل وتبادل ونشر المعلومات بين الأفراد العاملين داخل المؤسسة هي عملية معقدة, حيث تخضع لمجموعة من الشروط والميكانيزمات المحددة في إطار الاتصال الرسمي أو غير رسمي, والذي يخضع لشروط الجماعة, بهدف تكوين وتحسين الفعالية الاتصالية الفردية والجماعية داخل التنظيم بالموازاة مع وظائفها الإدارية, هذه الوظائف الإدارية يتم تقسيمها داخل المؤسسة وتوزيعها على الوحدات المختلفة التي تتكون منها, بحيث تراعي عند توزيع هذه المسؤوليات أن تكون واضحة ومحددة, حتى لا يحدث نوع من التداخل وبحيث تكفل نوعا من التعاون بين الوحدات لانجاز الأهداف على أن يكون هذا التعاون تعاونا منسقا لمنع التضارب أو الازدواج والذي من شأنه أن يخلق نوع من التوتر بين العاملين.

إن عملية التنسيق بين وظائف الإدارة يحتاج إلى شبكة من الاتصالات بين الوحدات المختلفة حتى تتعرف كل منها على مسؤوليات الأخرى, وحتى يسهل تبادل المعلومات وتحقيق التعاون بين تلك الوحدات. (بلمير, 2021, ص 14)

#### 5. البعد الإستراتيجي:

يمثل هذا البعد القوة التي تهدف إلى التوجيه, المراقبة, التأثير والتحكم في مجموعة الاستراتيجيات الفردية وذلك من خلال ثقافة اتصالية متينة, هذا البعد قارب بين وظائف الاتصال ووظائف الإدارة, فالإدارة تنطوي على عمليات اتصال مستمرة من أجل ضمان تحقيق هذه الوظائف لأهدافها فعمليات التخطيط, التوجيه, التنظيم, التنسيق والرقابة تعتمد على توافر المعلومات والبيانات الكمية والوصفية والتي تسمح بإنشاء مختلف الخطط وكذا القدرة على التنبؤ واتخاذ القرارات, والتي تعتبر أحد أهم محددات الرضا الوظيفي حسب هويوك الذي يؤكد أن الموظفين الراضون هم من تم إشراكهم في عمليات اتخاذ القرار, كما أن الثقافة الاتصالية تعتبر ضرورة ماسة لإحكام الرقابة على سير العمل في المشروع عن طريق التقارير والتي تمكن الإدارة من تقييم النتائج ومستويات الأداء. (بلمير, 2021, ص 16)

#### المطلب الثاني: أهمية الرضا الوظيفي

##### 1. أهمية الرضا الوظيفي للموظف :

ارتفاع شعور الموظف بالرضا الوظيفي يؤدي إلى

- القدرة على التكيف مع بيئة العمل: حيث أن الوضعية النفسية المريحة التي تتمتع بها الموارد البشرية تعطيها إمكانية أكبر للتحكم في عملها وما يحيط به
- الرغبة في الإبداع والابتكار: فعندما يشعر الموظف بأن جميع حاجاته المادية من أكل، شرب وسكن وغير المادية من تقدير، احترام وأمان وظيفي مشبعة بشكل كافي، تزيد لديه الرغبة في تأدية الأعمال بطريقة مميزة

- زيادة مستوى الطموح والتقدم: فالموارد البشرية التي تستمتع بالرضا الوظيفي تكون أكثر رغبة في تطوير مستقبلها الوظيفي
  - الرضا عن الحياة: حيث أن المزايا المادية وغير المادية التي توفرها الوظيفة للموظفين تساعد على مقابلة متطلبات الحياة
2. أهمية الرضا الوظيفي للمؤسسة:
- ينعكس ارتفاع شعور الموظفين بالرضا الوظيفي بالإيجاب على المؤسسة في صورة
- ارتفاع في مستوى الفعالية والفاعلية: فالرضا الوظيفي يجعل الموظفين أكثر تركيزا على عملهم
  - ارتفاع في الإنتاجية: فالرضا الوظيفي يخلق الرغبة للموظفين في الإنجاز وتحسين الأداء
  - تخفيض تكاليف الإنتاج: فالرضا الوظيفي يساهم بشكل كبير في تخفيض معدلات التغيب عن العمل، الإضرابات والشكاوى
  - ارتفاع مستوى الولاء للمؤسسة: فعندما يشعر الموظفون بأن وظائفهم أشبعت حاجاتهم المادية وغير المادية يزيد تعلقهم بمؤسساتهم. (الريح, 2018, ص09)

### المبحث الثالث: الدراسات السابقة:

**الدراسة الأولى:** دراسة للباحثين هشام بوساحية, جهاد صحراوي, بعنوان "دور الثقافة الاتصالية في تفعيل الإدارة الإلكترونية داخل المؤسسة العمومية الجزائرية", دراسة ميدانية على موظفي بلدية الشريعة ولاية تبسة, مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية, العدد 03, المجلد 05, 2021

فقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسح الاجتماعي, وذلك من أجل الكشف عن خبايا الظاهرة باعتبارها في مرحلة تشكيل جديدة خاصة في صورة

المؤسسة الجزائرية، وذلك عبر جمع المعلومات انطلاقا من استخدام أداة الاستبيان، وتوظيف أدوات الملاحظة والمقابلة، إذ اعتمد الباحثان على أسلوب المسح الشامل على الموظفين العاملين في مجال الإدارة الإلكترونية، وقد بلغ عددهم 30 موظفا. كما توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن الاهتمام بالثقافة الاتصالية التي هي أحد عوامل نجاح المؤسسة تنظيميا، يتطلب أيضا الاهتمام بمحور تلك العملية الاتصالية الذين هم الأفراد حتى يشعروا بمكانتهم داخل المؤسسة، وهذا ما تحاول فعله البلدية عن طريق إشراك الأفراد الموظفين في عملية اتخاذ القرار المتعلقة بعملهم في تقديم الخدمات، بالإضافة إلى تشجيعهم وتحفيزهم بل وحتى مكافأتهم نظيرا وما يقدمونهم من أعمال لصالح البلدية.
- تساهم الثقافة الاتصالية في تفعيل من تقديم الخدمات للمواطنين بواسطة الإدارة الإلكترونية وتشجيع على التعاون بين الموظفين في التعامل مع تقنيات الإدارة الإلكترونية، هذا ما يجعل الموظف يندمج أكثر فأكثر داخل جماعة العمل ويقل ذلك خوفه من استخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمات للمواطنين وبالتالي تقل معارضته لتطوير التنظيمي داخل المؤسسة والمتمثل عندنا في هذه الدراسة باستخدام الإدارة الإلكترونية. (بوساحية، صحراوي، 2021)

#### التعليق على الدراسة:

تمثل هذه الدراسة أهمية كبيرة بالنسبة لدراستنا، حيث نجد تشابه مع أحد المتغيرات ألا وهو " الثقافة الاتصالية"، وهو ما سنستفيد منه في دراستنا في الجانب النظري، فقد أفادتنا في توفير جهد مكتبي في البحث عن المراجع المتعلقة بمتغير الثقافة الاتصالية، وهذا ما تشابه مع دراستنا الحالية.

في حين اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا كونها عالجت الموضوع من الجانب الاقتصادي وهذا يختلف تماما على مجال دراستنا حيث تطرقنا له من المنظور الإعلامي.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في اقتباس مفهوم للثقافة الاتصالية.

**الدراسة الثانية:** بلمير سارة، سعدي وحيدة، دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي – دراسة نظرية-، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، العدد: 03، المجلد: 06، 2021، عنابة، الجزائر، جامعة باجي مختار.

حيث اعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي من قبل الباحثين، كونه يرمي إلى وصف خصائص الظاهرة ومتغيراتها المتعلقة بطبيعة العلاقة بين الثقافة الاتصالية والرضا الوظيفي للعاملين على مستوى المؤسسة، في حين توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالي:

- التركيز على ثقافة اتصالية تعتمد على تشجيع الاتصال الذي يعتبر محور العلاقات الاجتماعية بين العاملين في المؤسسة.
- اعتماد مختلف الوسائل والدعائم الاتصالية لتعريف العاملين بالسياسات العامة للمؤسسة ومختلف اللوائح القانونية التي تهمهم مع شرح مفصل لمعايير منح المكافآت والحوافز, وخدمات الضمان الاجتماعي, التأمينات الطبية وسياسة الأجور, والتي تهم العاملين بالدرجة الأولى.
- ضرورة فتح قنوات الحوار بين مختلف مستويات التنظيمية عن طريق تشجيع اتصالات غير رسمية, واعتماد الاتصال الشخصي كأحد القيم الثقافية الاتصالية داخل المؤسسة, والذي يساعد في بعض الأحيان على حل المشكلات من خلال إشراك العاملين في عمليات اتخاذ القرار. (بلمير, سعدي, 2021)

#### التعليق على الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا بنسبة مطابقة, حيث درست نفس متغيرات دراستنا الحالية " الثقافة الاتصالية, الرضا الوظيفي", وهو ما أفادنا في استسقاء المعلومات حول متغيرات الدراسة.

في حين اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في العديد من النقاط نذكرها:

- استخدمت المنهج الوصفي بينما في دراستنا استخدمنا المنهج المسحي.
- الدراسة نظرية في حين دراستنا دراسة ميدانية.
- لم تحدد أدوات جمع البيانات ومجتمع البحث, بينما استخدمنا في دراستنا أداة الاستبيان والمقابلة في جمع البيانات.

تم الاستفادة منها من خلال توجيهها لنا في تحديد مفهوم الثقافة الاتصالية والرضا الوظيفي, كذلك توضيح العلاقة بينهما.

كما اقتبسنا منها دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي داخل المؤسسة.

**الدراسة الثالثة:** دراسة للطالب يونس مختار, بعنوان "الثقافة التنظيمية ودورها في الرضا الوظيفي" – دراسة ميدانية بمؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بمدينة الجلفة-, (المديرية العامة), مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنظيم وعمل, جامعة محمد خيضر- بسكرة -كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, قسم العلوم الاجتماعية.

اتبع الطالب المنهج الكمي في دراسته باعتبار أن موضوعه يحتوي على متغيرين بينهما علاقة قابلة للقياس, فقد اعتمد على أداة الاستبيان, على طريقة المسح الشامل, حيث تم توزيع 70 استبانة على العاملين من مختلف الفئات السوسيو مهنية بالمؤسسة. في حين توصل الطالب في الأخير على جملة من النتائج يذكر فيها الفرضيات المحققة من خلال ما توصل إليه في نهاية دراسته نذكر منها:

- يرى الطالب أن هناك علاقة قوية بين المتغيرين (الثقافة التنظيمية والرضا الوظيفي) ومنه حقق فرضيته القائلة: " للثقافة التنظيمية دور في الرضا عن محتوى العمل".
- كذلك وجود علاقة قوية بين الثقافة التنظيمية والرضا عن نطاق الإشراف ومنه فإن الفرضية القائلة: " للثقافة التنظيمية دور في الرضا عن نطاق الإشراف" قد تحققت.
- أيضا وجود علاقة بين الثقافة التنظيمية والرضا عن الأجور والحوافز ومنه فإن الفرضية القائلة: " للثقافة التنظيمية دور في الرضا عن الأجور والحوافز"، محققة. (يونسي, 2015)

#### التعليق على الدراسة:

بالنسبة لهذه الدراسة فقد تشابهت مع دراستنا كونها سلطت الضوء على المتغير الثاني ألا وهو "الرضا الوظيفي"، كذلك استخدمنا نفس أداء جمع البيانات وهي الاستبيان، وتم توزيعها على نفس العينة في كلتا الدراستين والمتمثلة في العاملين في المؤسسة، اختلفت هذه الدراسة في المنهج المتبع في حين اتبعت المنهج الكمي، ودراستنا على المنهج المسحي.

قدمت لنا هذه الدراسة استفادة من خلال المعلومات المتحصلة عليها في العديد من العناصر في الجانب النظرية وخاصة في تأثير القيم على الرضا الوظيفي داخل المؤسسة.

#### خلاصة الفصل

وفي نهاية هذا الفصل حاولنا التطرق لأهم المفاهيم والعناصر المتعلقة بالرضا الوظيفي داخل المؤسسة، حيث تتضح أهمية الرضا عن العمل وعلاقته بزيادة الإنتاج من خلال مظاهر الرضا الوظيفي التي تعد بمثابة مؤشرات إيجابية لزيادة الإنتاج وزيادة معدل الأداء لدى العامل، كما تعد مظاهر عدم الرضا بمثابة المؤشرات السلبية تؤثر على الأداء والإنتاج منها الغياب المتكرر، والتهاون في العمل. كما تعرضنا إلى العلاقة بين الثقافة الاتصالية والرضا الوظيفي ومدى تأثير القيم والعادات والتقاليد والبيئة المادية للعمل على الرضا الوظيفي.



# الإطار الميداني

## الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية والميدانية

تمهيد

المبحث الأول: تقديم للمؤسسة الإذاعية -إذاعة واد سوف الجهوية-

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الإذاعية المحلية

المطلب الثاني: بطاقة فنية حول إذاعة واد سوف الجهوية

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لإذاعة واد سوف الجهوية

المطلب الرابع: تحديد المفاهيم الرئيسية للدراسة  
**المبحث الثاني: منهجية الدراسة وأدواتها**

المطلب الأول: منهج الدراسة

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات

**المبحث الثالث: الدراسة الميدانية**

المطلب الأول: عرض النتائج و تحليلها

المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة

المطلب الثالث: الاقتراحات والتوصيات

**خلاصة**

### تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل الأخير من الدراسة إلى تعريف وتقديم عام حول الإذاعة المحلية بصفة عامة, وبطاقة فنية على إذاعة واد سوف الجهوية بصفة خاصة, كما سنتطرق إلى عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال دراستنا الميدانية التي أجريت بمقر إذاعة الوادي الجهوية, وتكون هذه البيانات كمية وأخرى كيفية, فالكمية تكون في شكل جداول تتضمن نسب مئوية بسيطة, أما الكيفية فتتعلق بوصف الجداول وتحليل وتفسير المعطيات والتعليق عليها ومحاول ربطها مع بعضها البعض, وهذه العملية من شأنها أن تساعدنا في الوصول إلى أهم النتائج والأهداف التي سعت هذه الدراسة إلى تحقيقها.

### المبحث الأول: تقديم للمؤسسة الإذاعية -إذاعة واد سوف الجهوية-

#### المطلب الأول: تعريف المؤسسة الإذاعية المحلية

تعرف الإذاعة المحلية بأنها عبارة عن جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها لمخاطبة مجتمع محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة, تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والثقافية وكذا

الاجتماعية, بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود فروق فردية بين أفراد هذا المجتمع الواحد.(قدوري, 2017, ص 343)

وتعرف الإذاعة المحلية كذلك بأنها" تلك الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من جميع النواحي, هذا المجتمع له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة, على أن تحده حدود جغرافية و تشمله رقعة الإرسال المحلي, فالإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيرية مرتبطة أساسا بمجتمع خاص ومحدد المعالم والظروف.

كما تعرف بأنها " أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة, ويوجه إلى جماعة بعينها ترتبط مع بعضها البعض, بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس, مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة, ويعتمد المجتمع المحلي اعتمادا كلياً على كل ما في الإذاعة من أفكار, بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف, وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب وشكل ومضمون الإعلام المحلي.(خضير, 2016, ص 10)

### **المطلب الثاني: بطاقة فنية حول إذاعة واد سوف الجهوية**

عقب وضع قانون الإعلام لسنة 1990 وبعد تجربة المحطات الإذاعية المحلية عبر الولايات الكبرى توالى ظهور الإذاعات المحلية وأعطيت الولايات الحدودية أولوية في برنامج المديرية العامة للإذاعة الجزائرية التي باشرت مخططها الشامل لتعميم الإذاعات المحلية.

#### **1. التعريف بإذاعة واد سوف الجهوية:**

إذاعة الوادي الصوت المنطلق من بين الكثبان من نبع عمق الرمال وسحر النخيل المعبر عن أصالة المنطلقة الضاربة في أعماق التاريخ وعنوان الفعل الثقافي اليومي في مدينة الإبداع والأدب والحركية التنموية, وهي إحدى المحطات الإذاعية المحلية تنطلق من مدينة الوادي, مقرها في الوادي أو المحافظة رقم 39, تقع بالجنوب الشرقي من الجزائر.

#### **2. النشأة والتطور:**

في 21 نوفمبر 1996 كان الانطلاق الفعلي لإذاعة الوادي الجهوية, وقد اشرف يومها وزير الاتصال ميهوب مهبوبي " على تدشينها رفقة المدير العام آنذاك السيد عبد القادر العلمي وكان مدير المحطة السيد إبراهيم زيوش . وبثت إذاعة الوادي برامجها على موجة ( أف أم 89 ) بأربع ساعات يوميا . وعرفت إذاعة الوادي المحلية خلال صيرورتها التاريخية تحولات كثيرة مسّت عدة مستويات:الحجم الساعي للبت, الشبكة البرمجية,الوضع القانوني والمالي,و نوضّح المسار التطوري الإذاعي بوضع بطاقة وصفية تصف لنا أهم مميزات الإذاعة من سنة 1996 إلى سنة 2016.

اسم الإذاعة : كانت يوم 21 نوفمبر 1996 إذاعة سوف الجهوية ثم تحوّل اسمها إلى إذاعة الوادي الجهوية ثم إذاعة الجزائر من الوادي حاليا.

**مقر الإذاعة:**حي الرمال ببلدية الوادي

تطور الحجم الساعي للبت منذ تاريخ إنشاء الإذاعة : - 4 ساعات يوميا : من الساعة 08.00 إلى الساعة 12.00 بدءا من 1996/11/21 - من 4 إلى 8 / : يوميا / من الساعة 08.00 إلى الساعة 16.00 بدءا من 1998/07/05 - من 8 إلى 12 / : يوميا / من الساعة 07.00 إلى الساعة 00.07 بدءا من 2006/06/17 - من 12 إلى 13 : / يوميا / من الساعة 06.55 إلى الساعة 08.00 بدءا جوان 2008 -

**الموجة:**يمكن التقاط برامج إذاعة الوادي الجهوية على الموجات التالية 98.0 : FM - 98.0 FM - 100.2 FM - 96.3 FM - 783 MW - 96.6 FM - 102.3 FM - 99.8 FM

**طبيعة التردد:** رقمي -. البريد الالكتروني - RadioSouf@gmail.com : البث  
الحي [www.radioeloued.dz](http://www.radioeloued.dz) : - المنطقة الرئيسية للبث والإرسال: مدينة الوادي.(عزب, 2023, س 9:30)

### 3. أقسام الإذاعة وموردها البشري :

تتكوّن إذاعة الوادي الجهوية من مدير المحطة و36 موظفا ،متمثلين في مدير وسكرتيرة وصحافيين ومنشطين وتقنيين ومخرجين وعمال أمن والسائقين،ونستطيع ان نوجز العمل فيما يلي : عن إعداد الحصص الإخبارية والرياضية والبلاطوهات المفتوحة والحصص الخاصة والنشرات وتغطية الأحداث المحلية المختلفة من تظاهرات وملتقيات وندوات وزيارات رسمية للمسؤولين واحتجاجات وغيرها ويعمل ضمن القسم 08 صحافيين مهمتهم بالدرجة الأولى السهر على ضمان التغطية الإخبارية اليومية عبر المواجيز والنشرات وتواجد الإذاعة في جميع الأحداث المحلية للتغطية الإعلامية.

قسم الإنتاج : وهو القسم المسؤول عن إنتاج وإعداد مختلف البرامج : الترفيهية والثقافية والتربوية والتاريخية والدينية ،و ضبط التنسيق في المواعيد والبرامج المعدة خلال فترة البثّ اليومي ،ويضمن القسم عملية تنسيق البرامج وبرمجة الحصص والمواد الإعلامية المسجلة في أيام الأسبوع بما يتوافق مع الشبكة البرمجية ،وتوزيعها حسب التوقيت الزمني المخصص لها وكذا السهر على استضافة الفاعلين في الأنشطة الثقافية والفنية والعلمية في بلاطوهات الإذاعة، ويعمل في القسم اثنا عشرة موظفا ستة منشطين وستة مخرجين

القسم التقني : ويضمّ كل التقنيات والآلات والتجهيزات ،ويعتبر القسم التقني العمود الفقري للإذاعة لكون التقنيين يسهرون على ضمان البثّ الحي للإذاعة من خلال الأجهزة الرقمية التي تحتوي عليها الإذاعة ،كما أنهم يعملون على إصلاح

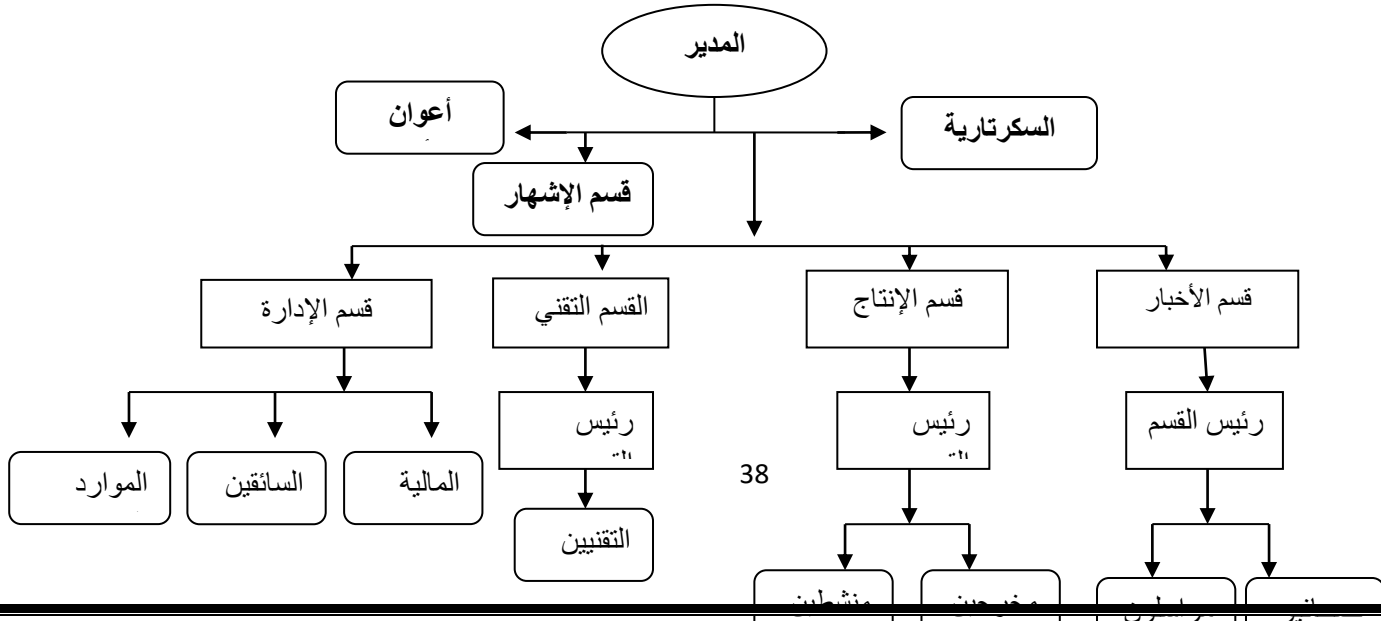
او متابعة أي خلل تقني قد يعرض البث للتوقف ،ويحتوي هذا القسم على خمسة تقنيين د-القسم الإداري : وهو المسؤول عن مختلف الأعمال الإدارية الخاصة بالإذاعة سواءا عمليات الشراء ،العطل،الغيابات،صيانة المركبات والأجهزة ،تنظيم عمل السائقين وأعوان الأمن وحركة خروج ودخول السيارات وغيرها ،كما يضم القسم مكتبيين :مكتب الإشهار : وهو المسؤول عن الإشهار والإعلانات التي تصل للإذاعة كما يشرف القائم عليه على عملية برمجة مواعيد بث هذه الإعلانات ووضعها في النظام الرقمي المعد خصيصا لهذا المكتب في أجهزة البث. (عازب, 2023, س 9:30)

#### 4. المدراء الذين تعاقبوا على الإذاعة:

- السيد : ابراهيم زيوش من سبتمبر 1996 إلى جويلية 1998  
 السيد: برهوم بوجمعة من ديسمبر 1998 إلى مارس 2001  
 السيد : لخضر دراجي من مارس 2001 إلى فيفري 2002  
 السيد : العبد اعقاب من فيفري إلى جوان 2002  
 السيد : لخضر دراجي من جديد من جوان 2002 إلى جويلية 2003  
 السيد : عادل صياد من جويلية 2003 إلى أوت 2004  
 السيد : لخضر السايح من أوت 2004 إلى جويلية 2005  
 السيد : عبد الحكيم بن حمودة من جويلية 2005 إلى سبتمبر 2008  
 السيد: بوعلام جعرون من سبتمبر 2008 إلى جوان 2011  
 السيد : موسى يحيياوي من جوان 2011 إلى أوت 2013  
 السيد : عمار ناصري من أوت 2013 إلى ديسمبر 2015 .  
 السيد : عبد السلام عشيري من ديسمبر 2015  
 السيد: علي جريدي  
 السيد: محمد خشعي

السيدة: فوزية بن شرودة. (عازب, 2023, س 9:30)

#### المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لإذاعة واد سوف الجهوية



الشكل 09: يوضح الهيكل التنظيمي لإذاعة واد سوف الجهوية (مديرة إذاعة واد سوف الجهوية)

#### المطلب الرابع: تحديد مفاهيم الدراسة

##### المفاهيم الرئيسية:

##### ❖ مفهوم الاتصال:

هناك تعريفات عديدة ومختلفة للاتصال, وإن دل في النهاية على نفس المفهوم ونفس الهدف, ومن التعاريف التي ذكرت حول الاتصال نجد التعريف التالي لاندرسون حيث يعرف الاتصال: "بأنه النقل والاستلام مع الفهم للخواطر والتعليمات والمعلومات".

بينما يعرفه العالم نجرو: "بأنه العملية التي تجعل أفكار الشخص ومشاعره معروفة للآخرين".

ويعرفه فليبو: "على أنه العملية التي من شأنها التأثير في الغير حتى يفسر فكره بالطريقة التي يعنيها المتكلم أو الكاتب". (أبوسمرة, 2008, ص 10)

##### المفهوم الإجرائي:

يعرف الاتصال على أنه عملية نقل وتبادل المعلومات والأخبار وكذا الرسائل والرموز, من عامل إلى آخر داخل المؤسسة الإذاعية عبر وسائل الاتصال المخلفة, كما أنه يكون بين شخصين, أو مجموعة أشخاص تختلف في وجهات النظر, ويتميز الاتصال بالعديد من الخصائص من بينها: وجود مصلحة مشتركة بين طرفي الاتصال, كما أنه يعتبر وسيلة لنقل أهداف, وأفكار شخص ما إلى آخر.

##### ❖ مفهوم الثقافة:

أما من الناحية اللغوية, فإن "المفهوم الثقافة عدة تعاريف, فقد ذكر "محمد بن عبد الكريم الجزائري" عشر استعمالات لمفهوم الثقافة عند العرب, وأهم معنى عندهم هو تصحيح وتقويم الاعوجاج". (روابحة, مورتل, 2016, ص 39)

يرى "مالك بن نبي" أن الثقافة لا تضم في مفهومها الأفكار فحسب, وإنما تضم أسلوب الحياة في مجتمع معين وتخص السلوك الاجتماعي ذاته.

بعرفها" كيفلي" على أنها نسق من الأفكار, والمعارف والتقنيات ونماذج السلوكيات والموافق التي تميز مجتمع معين, ذلك ان لكل مجتمع ثقافة, والثقافة هي الخاصية الكبرى للإنسان .

أما "كيسنج" فيرى بأن الثقافة هي مجموعة السلوك المكتسب الذي يتم تناقله اجتماعيا. (خيفي, 2022, ص 897)

### المفهوم الإجرائي:

تعددت التعاريف حول مفهوم الثقافة من باحث إلى آخر فهي تعني ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات, وهي مجموعة من السلوكيات المكتسبة ويتم تناقلها.

### ❖ مفهوم الثقافة الاتصالية:

هي مصلحة مكون من شقين أولهما الثقافة والتي نعني بها ذلك الكل الديناميكي المعقد الذي يشمل المعارف والفنون والقوانين والأخلاق والقوانين والتقاليد والفلسفة والعادات التي اكتسبتها الإنسان من مجتمعه. وثانيا الاتصال والذي نعني به الميكانيزم الذي يتم من خلاله بناء علاقة إنسانية تنمو وتطور الرموز العقلية والفكرية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان, وتتضمن هذه الرموز تغييرات الوجه والإيحاءات ونبرات الصوت والكلمات.

أما الثقافة الاتصالية هي فكر يسير ويوجه عملية الاتصال بين مختلف الأطراف الفاعلة في المؤسسات أو المنظمات ووسط كل تجمع بشري, هدفه إرساء عملية اتصالية جيدة وتامة وفي أحسن الظروف مع احترام السلم التنظيمي المعمول به واستخدام وسائل متعددة لهذا الغرض. (حسين, بن عبد الرحمن, 2020, ص 68)

### المفهوم الإجرائي :

اختلف الباحثين حول تحديد مفهوم عام حول الثقافة الاتصالية لما تمتلكه للعديد من المفردات, كثقافة المؤسسة, ثقافة المنظمة...إلخ, وغيرها من المفاهيم, كما تعتبر الثقافة الاتصالية جزء لا يتجزأ من الثقافة التنظيمية باعتبارهما يمتلكنا نفس المفاهيم العامة.

ويمكن تعريف الثقافة الاتصالية على أنها نقل وتبادل العمال لطريقة وسيرورة العمل داخل المؤسسة الإذاعية الجهوية بواد سوف, و القيام بالتواصل الدائم والتفاهم فيما بينهم وأيضا إشراكهم في اتخاذ القرارات المتعلقة بعملهم لما يخدم أهداف المنظمة, كما أنها مجموعة من الافتراضات والاعتقادات والقيم والقواعد والمعايير التي يشترك بها أفراد المؤسسة وهي بمثابة البيئة الإنسانية التي يؤدي الموظف عمله فيها.

### ❖ تعريف الاتصال المؤسساتي:

لقد تعددت المفاهيم الخاصة بالاتصال المؤسساتي للاتصال الذي يحدث داخل المؤسسة, فهو عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والآراء والتأثير في المواقف والاتجاهات فهذا هو أداة تحليلية تفسيرية للسلوك البشري و اقل المؤسسة وكذلك عرفه الباحث إبراهيم أبو عرقوب: على انه عبارة عن اتصال إنساني منطوق ومكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي, ويساهم في تطوير أساليب العمل وتعزيز العلاقات الاجتماعية بين الموظفين وكما هو معرف فهو إما اتصال رسمي أو غير رسمي. (منماتي, عقاقنية, 2021, ص 102)

#### **المفهوم الإجرائي:**

الاتصال المؤسساتي هو كل عملية نستطيع من خلالها توصيل معلومات أو تمرير رسالة معينة عن طريق أي عضو لعضو آخر في الهيكل التنظيمي في المؤسسة الإذاعية الجهوية بالوادي, ويتم هنا الاتصال بين الأفراد العاملين في المؤسسة عبر مستويات يمكن ان تكون من أعلى مستوى الى اقل مستوى أو العكس, والقصد من المحافظة على التنظيم الجيد والسير الحسن لنشاط المؤسسة وتسهيل العمل.

#### **❖ مفهوم الرضا الوظيفي:**

لقد عرف الحويجي الرضا الوظيفي على أنه عبارة عن " إشباع حاجات الفرد المادية والمعنوية خلال العمل, ويعتبر هذا الأخير الاتجاه الإيجابي الذي يحمله الفرد نحو عمله, وهو انعكاس لمدى الإشباع الذي يستمده من هذا العمل, وبذلك فهو يشير إلى الحالة النفسية التي يشعر بها الفرد نحو عمله, وأثر هذا الشعور النفسي بالارتياح على أداء الإنسان وولائه وانتمائه للمنظمة التي يعمل بها. (شامان الغنزي, 2016, ص 30)

#### **المفهوم الإجرائي:**

يمكن تعريف الرضا الوظيفي على أنه الحالة النفسية للفرد داخل المؤسسة الإذاعية بالوادي, من خلال مدى قبوله وشعوره بالارتياح من عمله في المؤسسة.

## **المبحث الثاني: منهجية الدراسة وأدواتها**

## 1. منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، فلم يعد الأساس في التقدم العلمي اليوم هو الحصول على كم معرفي أكثر، وإنما الأساس هو الوسيلة التي تمكننا من الحصول على هذا الكم المعرفي، والوسيلة في ذلك هي المنهج العلمي بكل معطياته.

وبما أن دراستنا تتمحور حول الثقافة الاتصالية في المؤسسات الإذاعية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي، فهي تتدرج ضمن الدراسات الوصفية، وترتبط بعدد من المناهج والدراسات الأخرى المتفرعة عنه في البحث العلمي، أهمها منهج دراسة الحالة، يعرف بأنه طريقة علمية تتميز بالعمق والشمول وفحص التحليل الدقيق لأي ظاهرة أو مشكلة مطلوب دراستها بهدف الوصول إلى استنتاجات ومبادئ عامة تصلح لوضع تعميمات تخدم عمليات التوجيه والإرشاد، في حين أن دراسة الحالة وسيلة شائعة الاستخدام لتلخيص أكبر عدد ممكن من المعلومات، وهي أكثر الوسائل شمولاً وتحليلاً ومنهج لتنسيق وتحليل المعلومات التي جمعت بوسائل جمع البيانات. (بونراع، 2001، ص284)

اعتمدنا في دراستنا على منهج دراسة الحالة كونه يرمي إلى وصف خصائص الظاهرة ومتغيراتها المتعلقة بطبيعة العلاقة بين الثقافة الاتصالية والرضا الوظيفي للعاملين على مستوى إذاعة الوادي، من خلال تفسير وتحليل المعلومات والإحصائيات التي سيتم جمعها عن طريق الأدبيات النظرية والدراسات السابقة حول الموضوع، وربطها بمختلف الأبعاد والمؤشرات الضرورية التي تخدم دراستنا.

## 2. مجتمع الدراسة:

يعرف المجتمع على أنه مجموعة من العناصر لها عدة خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث، وتعد عملية تحديد مجتمع البحث خطوة مهمة في البحث العلمي إذ نتوقف عليها مراحل البحث، إذ لابد على الباحث أن يتعرف على مجتمع البحث الأصلي قبل الشروع في إعداد بحثه، لأنه على أثر تحديد مجتمع الدراسة وتتحدد معه طريقة جمع البيانات، ويمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه في مجال المؤسسة الإذاعية بدراسة الثقافة الاتصالية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي، ومن خلال هذه الفئة يمكن توضيح كيف يكون الاتصال داخل المؤسسة، ويمثل مجتمع البحث في دراستنا هذي على كل العاملين في الإذاعة المحلية بالوادي من موظفين وعاملين، و مراسلين، ومنشطين، والبالغ عددهم 37 عاملاً.

## عينة الدراسة:

تعد اختيار العينة من الأمور الضرورية التي يجب على الباحث التطرق إليها، وتعتبر مهمة في الدراسة ومن المعروف أن هناك العديد من الطرق التي تساعدنا على في

اختيار العينة المطلوبة, وقد تمثلت العينة في دراستنا هذه على كافة عمال الإذاعة الجهوية بالوادي والبالغ عددهم 36 عاملا, وكون مجتمع دراستنا صغير هو ما يسمح لنا باختيار طريقة المسح الشامل, وتعرف طريقة المسح الشامل على أنها طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن جميع العناصر أو المفردات مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة. (سليمان, 2022, ص 1066). (القحطاني, الضحيان, د.س, 446)

### 3. أدوات جمع البيانات:

إن عملية جمع البيانات مهمة جدا في أي بحث كان وخاصة في البحوث الاجتماعية بحيث أن دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم والمناسب لأدوات جمع البيانات فهذه الأخيرة عبارة عن مجموعة من الوسائل و الطرق و الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز بحث حول موضوع معني, وإذا كانت أدوات جمع البيانات متعددة و مختلفة فإن طبيعة الدراسة هي التي تحدد حجم و نوعية و طبيعة أدوات جمع البيانات التي يجب أن يتخذها الباحث و هنا في دراستنا هذه اعتمدنا على أدوات جمع البيانات الضرورية وهي:

#### المقابلة:

يمكن تعريف المقابلة بأنها تعد من الأدوات الهامة لجمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة المدروسة, وهي تعتبر من أبسط الوسائل استعمالا والأكثر شيوعا في مختلف الدراسات والبحوث العلمية والاجتماعية. (تيطراوي 2012, ص 25) كما يمكن تعريف المقابلة على أنها محادثة بين الباحث والمبحوثين, وذلك بهدف الوصول إلى معلومات وأفكار يبحث عليه الباحث من مصدرها الحقيقي, وهذا من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

وقد استعملنا المقابلة المسحية في دراستنا وذلك أنها تستخدم للحصول على المعلومات الكاملة, وباعتبار أن العينة في هذه الدراسة محدودة ساعدنا ذلك في الوصول إلى البيانات والمعلومات الصحيحة من مصدرها, فكانت المقابلة على نوعان:

مع مديرة الإذاعة ورؤساء الأقسام وذلك لكي نتمكن من معرفة واقع ودور الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي داخل إذاعة الوادي, وهذا ما يسمى بالمقابلة الحرة, أما المقابلة النصف حرة فبعد تحديد أهم محاور الدراسة والمتمثلة في ثلاثة محاور وهي كالتالي (الاتصال في المؤسسة, واقع الاتصال والثقافة الاتصالية في الإذاعة الجهوية, أبعاد الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية), تم طرح الأسئلة على أفراد العينة وذلك لمعرفة آرائهم وتصوراتهم حول واقع الاتصال والثقافة الاتصالية داخل المؤسسة الإذاعية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي, هذا ما مكنا في تحديد إشكالية الدراسة.

وقد تم إجراء هذه المقابلة بشكل فردي بمعنى طرح الأسئلة على المبحوثين كلا على حدى, وفي فترات زمنية مختلفة, فيما كانت الأسئلة المطروحة على عمال الإذاعة في شكل أسئلة مفتوحة, وذلك لفتح المجال للشرح والحصول على معلومات وبيانات أكثر, مثل: ما هي ردة فعلك في حين تغيب أو تأخر أحد عمال الإذاعة بمبرر أو دون مبرر?, كيف التحقت بالعمل في المؤسسة الإذاعية?, ماذا يعني لك الإلتقان في العمل داخل الإذاعة الجهوية?, هذا وقد قمنا بتسجيل إجابة المبحوثين.

#### استمارة استبيان:

يعد الاستبيان احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها, ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من اجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث أنها تعطيه المعلومات المفيدة للدراسة والبحث والمراد معرفتها, وما يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها على الآخرين لم يشتركوا في الاستنطاق الاستبائي.

وتعد استمارة الاستبيان أو الاستبانة من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا مقارنة بالأدوات الأخرى, وذلك بسبب اعتقاد كثير من الباحثين ان الاستبيان لا تتطلب منهم إلا جهدا يسيرا في تصميمها وتحكيمها وتوزيعها وجمعها.ويمكن تعريف الاستبانة أنها : أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها عن طريق المستجيب. (المشهداني, 2019, ص 170)

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من المحاور والأسئلة والاستفسارات وذلك من أجل الحصول على بعض المعلومات والإجابات من مصادرها الرئيسية حول موضوع الدراسة.

وفي دراستنا هذه وظفنا في الاستمارة ثلاثة محاور, فالمحور الأول كان بعنوان الاتصال المؤسساتي, فيما تدور أسئلة المحور الثاني حول واقع الاتصال و الثقافة الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بإذاعة الوادي, بينما في آخر محور يدور على واقع الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية, تم توزيعهم على 36 عاملا في الإذاعة الجهوية بالوادي, من إداريين, و منشطين, وإعلاميين, وغيرهم. فيما كانت عدد الاستمارات 36 استمارة على عدد العمال.

#### المبحث الثاني: الدراسة الميدانية

##### المطلب الأول: عرض النتائج وتحليلها

##### الدراسة الاستطلاعية

قمنا بتوزيع الاستبيان على عينة استطلاعية مكونة من 36 عامل في المؤسسة الإعلامية بإذاعة الوادي, وقاموا بالإجابة على الاستبيان, فقمنا بحساب قيمة معامل بيرسون لصدق المحتوي للاستبيان وقيمة الثبات ألفا كرو نباخ فكانت نتائجهم كالآتي:

### 1. صدق المحتوى (الاتساق الداخلي):

قمنا بحساب صدق المحتوى للمقياس بطريقة الاتساق الداخلي، وذلك بحساب معامل ارتباط كل محور من محاور الاستبيان عن الدرجة الكلية، تم استعمال نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS25) لحساب قيمة  $r$  لكل محور، فتحصلنا على النتائج المدونة في الجدول التالي:

### الجدول رقم (02) يوضح قيمة $r$ لحساب الصدق

المحاور	عدد أفراد العينة	قيمة الارتباط R	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	القرار
الاتصال في المؤسسة	36	0.615		0.000	دالة إحصائية عند 0.01
واقع الاتصال والثقافة الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بإذاعة الوادي		0.951		0.000	دالة إحصائية عند 0.01
أبعاد الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية		0.621		0.000	دالة إحصائية عند 0.01

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (02) نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون بين المحاول والدرجة الكلية للاستبيان تتراوح بين 0.615 و 0.951، وهي تدل على وجود علاقة قوية بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان ومستوي الدلالة تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى معنوية 0.01، إذا هي داله إحصائيا عند 0.01، مما يؤكد على أن الاستبيان صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

### 2. ثبات التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ):

قمنا بحساب ثبات المقياس بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) بواسطة نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS25)، النتائج مدونة في الجدول التالي:

### الجدول رقم (03) يوضح قيمة ألفا كرو نباخ

المحاور	عدد البنود	قيمة معامل ألفا كرو نباخ	القرار
الاتصال في المؤسسة	4	0.650	دالة إحصائية
واقع الاتصال والثقافة الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بإذاعة الوادي	9	0.788	دالة إحصائية
أبعاد الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية	5	0.692	دالة إحصائية
الدرجة الكلية للاستبيان	18	0.734	دالة إحصائية

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (03) نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للاستبيان، أي درجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الأول الاتصال في المؤسسة يساوي 0.650 وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الأول، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثاني واقع الاتصال والثقافة الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بإذاعة الواديساوي 0.788، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثاني، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثالث البعد الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية يساوي 0.692، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثالث، وهذا ما يؤكد ذلك درجة التناسق الداخلي لكل بنود الاستبيان والتي تساوي 0.734 وهي علاقة موجبة بين البنود الاستبيان وبذلك يمكن القول بأن الاستبيان ثابت.

**الدراسة الأساسية:**

بعد التأكد من صدق وثبات الاستبيان، قمنا بتوزيع الاستبيان على العينة الأساسية والمقدرة بـ 36 عامل في المؤسسة الإعلامية بإذاعة الوادي، وقاموا بالإجابة على الاستبيان، فكانت النتائج كالآتي:

**أولاً: عرض وتحليل النتائج:**

### 1) عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية

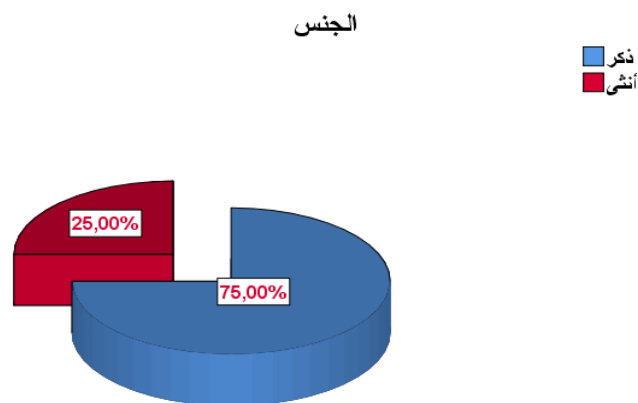
أ- الجنس:

**الجدول رقم (04): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثى)**

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
75%	27	ذكر
25%	9	أنثى
100 %	36	المجموع

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

**الشكل رقم (10) دائرة نسبية توضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثى)**



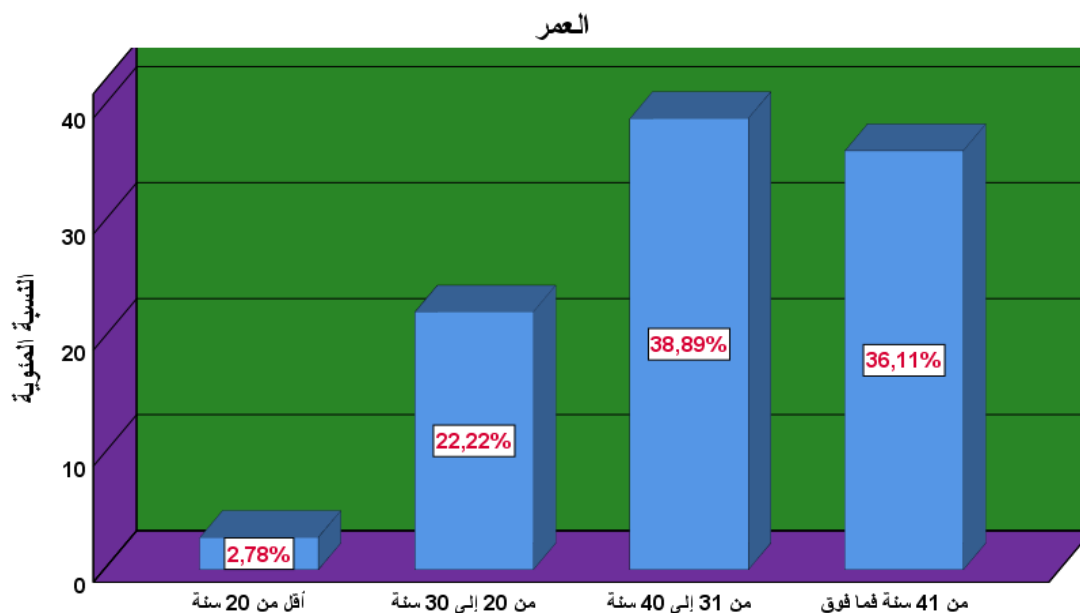
**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال قراءتنا للجدول رقم (04) والشكل البياني رقم (01): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بين الجنسين، حيث نجد عدد المبحوثين الذكور 27 عاملاً بنسبة 75%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الإناث 9 عاملاً بنسبة 25%، وهي النسبة الأقل.

ب- العمر:

**الجدول رقم (05) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب العمر**

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	1	2.8%
من 20 إلى 30 سنة	8	22.2%
من 31 إلى 40 سنة	14	38.9%
من 41 سنة فما فوق	13	36.1%
المجموع	36	100 %

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS الشكل رقم (11) أعمدة بيانية توضح توزيع ونسبة العينة حسب العمر



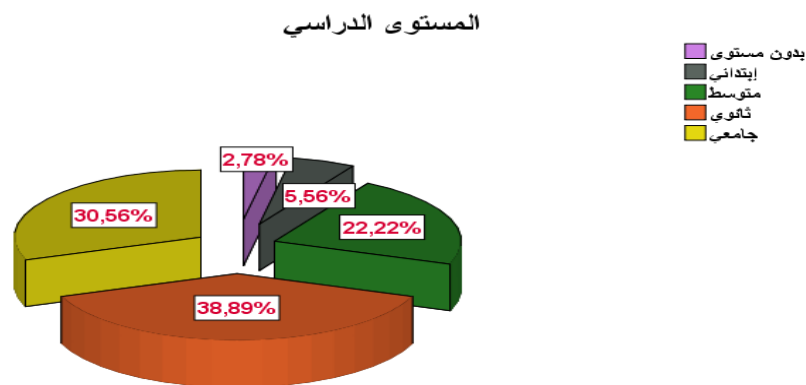
**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال قراءتنا للجدول رقم (05) والشكل البياني رقم (02): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد في الأعمار، حيث نجد عدد المبحوثين الذين أعمارهم من 31 إلى 40 سنة 14 عامل بنسبة 38.9%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أعمارهم من 41 سنة فما فوق 13 عامل بنسبة 36.1%، ويليهما عدد المبحوثين الذين أعمارهم من 20 إلى 30 سنة 8 عمال بنسبة 22.2%، ويليهما عدد المبحوثين الذين أعمارهم أقل من 20 سنة واحد بنسبة 2.8%، وهي النسبة الأقل.

#### ت- المستوى الدراسي:

**الجدول رقم (06) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي**

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
2.8%	1	بدون مستوى
5.6%	2	ابتدائي
22.2%	8	متوسط
38.9%	14	ثانوي
30.6%	11	جامعي
100%	36	المجموع

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS الشكل رقم (12) دائرة نسبية توضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي



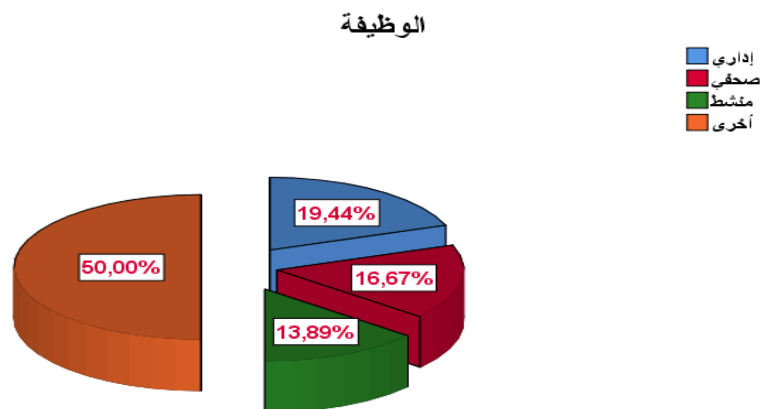
**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال قراءتنا للجدول رقم (06) الشكل البياني رقم (03) نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد في المستوى الدراسي، حيث نجد عدد المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ثانوي 14 عامل بنسبة 38.9%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين مستواهم الدراسي جامعي 11 عامل بنسبة 30.6%، ويليهما عدد المبحوثين الذين مستواهم الدراسي متوسط 8 عامل بنسبة 22.2%، ويليهما عدد المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ابتدائي 2 عامل بنسبة 5.6%، ويليهما عدد المبحوثين الذين هم بدون مستوى عامل واحد بنسبة 2.8%، وهي النسبة الأقل.

**ث- الوظيفة:**

الجدول رقم (07) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
إداري	7	19.4%
صحفي	6	16.7%
منشط	5	13.9%
أخرى	18	50%
المجموع	36	100%

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS الشكل رقم (13) دائرة نسبية توضح توزيع ونسبة العينة حسب الوظيفة



**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال قراءتنا للجدول رقم (07) والتمثيل البياني رقم (04): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد حسب الوظيفة، حيث نجد عدد المبحوثين الذين لديهم وظائف أخرى 18 عام بنسبة 50%، حيث منهم من هو لديه وظيفة مخرج ومنهم عون أمن ومنهم سائق وعون نظافة، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لديهم وظيفة إدارية 7 عمال بنسبة 19.4%، ويليهما عدد المبحوثين الذين لديهم وظيفة صحفي 6 عمال بنسبة 16.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين لديهم وظيفة منشط 5 عمال بنسبة 13.9%، وهي النسبة الأقل.

## 2) عرض وتحليل نتائج المحور الأول: الاتصال في المؤسسة

أ- هل يتوفر في مؤسستكم جهاز مكلف بالاتصال:

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حول توفر جهاز مكلف بالاتصال وفق متغير الجنس

الجنس	ذكر		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	2	7.41%	1	11.11%	3	8.33%
لا	25	92.59%	8	88.89%	33	91.67%
المجموع	27	100%	9	100%	36	100%

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي لا تتوفر على جهاز مكلف بالاتصال وهم 33 مبحوث بنسبة 91.67%، وهي النسبة الأعلى، قابلتها نسبة 92.59% من المبحوثين الذكور، وهي مرتفعة بقليل

مقارنة مع نسبة 88.89%، من المبحوثين الإناث، يليها عدد المبحوثين الذين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي تتوفر على جهاز مكلف بالاتصال وهم 3 مبحوثين بنسبة 8.33%، قابلتها نسبة 11.11%، من المبحوثين الإناث، وهي مرتفعة بقليل مقارنة مع نسبة 7.41% من المبحوثين الذكور، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي لا تتوفر على جهاز مكلف بالاتصال، ومع هذا يجب على المؤسسة أن يكون لديها جهاز مكلف بالاتصال وهذا لما يمتلكه من أهمية كبيرة في عملية التواصل بين عمال الإذاعة، ويزيد من حدة التماسك والتعاون فيما بينهم، فهو يساعد على الربط بين الأنشطة المختلفة في المؤسسة، فمثلا ليس بالضرورة أن يكون الجهاز إلكتروني ملموس، بل يمكن أن يكون شخص مسؤول على العلاقات العامة داخل محيط المؤسسة والتواصل بين الموظفين من الإدارة العليا إلى الإدارة السفلى أو العكس.

ب- ما هي أهم الوسائل التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين:  
الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حول الوسائل التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين وفق متغير السن

البدائل	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		من 31 إلى 40 سنة		من 41 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
إعلانات	1	100%	7	87.5%	10	71.43%	5	38.46%	23	63.89%
اجتماعات	0	0%	1	12.5%	1	7.14%	4	30.77%	6	16.67%
حلقات نقاش	0	0%	0	0%	1	7.14%	3	23.08%	4	11.11%
أخرى	0	0%	0	0%	2	14.29%	1	7.69%	3	8.33%
المجموع	1	10%	8	100%	14	100%	13	100%	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يقرون أن الوسيلة التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي الإعلانات وهم 23 مبحوث بنسبة 63.89%، وهي النسبة الأعلى قابلتها نسبة 100% من المبحوثين الذين أعمارهم أقل من 20 سنة، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 87.5%، من المبحوثين الذين أعمارهم من 20 إلى 30 سنة، ونسبة 71.43%، من المبحوثين الذين أعمارهم من 31 إلى 40 سنة، ونسبة 38.46%، من المبحوثين الذين أعمارهم من 41 سنة فما فوق، يليها عدد المبحوثين الذين يقرون أن الوسيلة التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي الاجتماعات وهم 6 مبحوثين بنسبة 16.67%، قابلتها نسبة 30.77%، من المبحوثين الذين أعمارهم من 41 سنة فما فوق، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 12.5% من المبحوثين الذين أعمارهم من 20 إلى 30 سنة، ونسبة 7.14%، من المبحوثين الذين أعمارهم من 31 إلى 40 سنة، والنسبة المنعدمة من المبحوثين الذين أعمارهم أقل من 20 سنة، ويليهما عدد المبحوثين الذين يقرون أن الوسيلة التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي حلقات نقاش وهم 4 مبحوثين بنسبة 11.11%، قابلتها نسبة 23.08%، من المبحوثين الذين أعمارهم من 41 سنة فما فوق،

وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 7.14% من المبحوثين الذين أعمارهم من 31 إلى 40 سنة، والنسب المنعدمة من المبحوثين الذين أعمارهم أقل من 20 سنة ومن 20 إلى 30 سنة، ويليهما عدد المبحوثين الذين يقرون أن الوسيلة التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي وسائل أخرى وهم 3 مبحوثين بنسبة 8.33%، قابلتها نسبة 14.29% من المبحوثين الذين أعمارهم من 31 إلى 40 سنة، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 7.69% من المبحوثين الذين أعمارهم من 41 سنة فما فوق، والنسب المنعدمة من المبحوثين الذين أعمارهم أقل من 20 سنة ومن 20 إلى 30 سنة وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يقرون أن الوسيلة التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي الإعلانات، وهذا راجع إلى كون الإعلان من الوسائل المهمة في عملية الاتصال، وتعتبر من وسائل الاتصال المكتوبة لأنها تسهل في عملية نقل المعلومات والتعليمات للعاملين بالمؤسسة، وهناك أيضا وسائل أخرى رغم دورها البسيط إلا أنها من الأدوات التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين والتمثلة في الهاتف وكذا البريد الإلكتروني، وهذا ما أقر به بعض عمال إذاعة واد سوف الجهوية من خلال إجابتهم على الاستبيان الذي تم توزيعه عليهم أثناء زيارتنا الميدانية لمقر الإذاعة.

ج- ما هو النوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل على مستوى المؤسسة:

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حول النوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل وفق متغير الوظيفة

الوظيفة البيانات	إداري		صحفي		منشط		أخرى		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
اتصال نازل	4	57.14%	6	100%	4	80%	13	72.22%	27	75%
اتصال أفقي	3	42.86%	0	0%	1	20%	5	27.78%	9	25%
المجموع	7	100%	6	100%	5	100%	18	100%	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن النوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل على مستوى المؤسسة هو الاتصال النازل وهم 27 مبحوث بنسبة 75%، وهي النسبة الأعلى، قابلتها نسبة 100% من المبحوثين الصحفيين، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 80% من المبحوثين المنشطين، ونسبة 72.22% من المبحوثين الذين لديهم وظائف أخرى، ونسبة 57.14% من المبحوثين الذين الإداريين، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن النوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل على مستوى المؤسسة هو الاتصال الأفقي وهم 9 مبحوثين بنسبة 25%، قابلتها نسبة 42.86% من المبحوثين الإداريين وهي مرتفعة

مقارنة مع نسبة 27.78%، من المبحوثين الذين لديهم وظائف أخرى، ونسبة 20%، من المبحوثين المنشطين، والنسبة المنعدمة من المبحوثين الصحفيين، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يرون أن النوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل على مستواها الداخلي هو الاتصال النازل، وهو مجموعة المعلومات والأوامر التي يوجهها المسؤول الأول إلى العمال، باعتبار أن عملية اتخاذ القرارات تدخل ضمن المسؤوليات الأولى للمديرة وهذا ما يمثل 85% من جدول أعمالها، وهذا ما لاحظناه خلال زيارتنا لمقر الإذاعة، وقد تم تأكيد هذا من قبل مديرة المؤسسة الإذاعية الجهوية بالوادي الأستاذة فوزية بن شرودة خلال لقاءنا بها، بالتالي من الطبيعي أن يكون هو النوع الاتصالي الناجح الذي تتبناها هذه المؤسسة لتبادل الرسائل على مستواها الداخلي، وذلك لما يحققه من نتائج في إيصال المعلومات التي تخص عمل المؤسسة الإعلامية.

### 3) عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: واقع الاتصال والثقافة الاتصالية في

#### المؤسسة الإعلامية بإذاعة الوادي

ح- ما هي الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة:

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حول الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة وفق متغير المستوي الدراسي

المستوى الدراسي	بدون مستوى		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
إيمائيل	1	100%	0	0%	3	37.5%	4	28.57%	3	27.27%	11	30.56%
الهاتف	0	0%	1	50%	2	25%	5	35.71%	1	9.09%	9	25%
شخص مهتم بجانب الاتصال	0	0%	0	0%	0	0%	1	7.14%	2	18.18%	3	8.33%
أخرى	0	0%	1	50%	3	37.5%	4	28.57%	5	45.45%	13	36.11%
المجموع	1	100%	2	100%	8	100%	14	100%	11	100%	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة هي وسائل أخرى وهم 13 مبحوث

بنسبة 36.11% وهي النسبة الأعلى، قابلتها نسبة 50% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ابتدائي، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 45.45%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي جامعي، ونسبة 37.5%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي متوسط، ونسبة 28.57%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ثانوي، والنسبة المنعدمة من المبحوثين الذين هم بدون مستوى، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة هي الايميل وهم 11 مبحوث بنسبة 30.56%، قابلتها نسبة 100%، من المبحوثين الذين هم بدون مستوى، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 37.5% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي متوسط، ونسبة 28.57% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ثانوي، ونسبة 27.27% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي جامعي، والنسبة المنعدمة من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ابتدائي، ويليها عدد المبحوثين الذين يرون أن الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة هي الهاتف وهم 9 مبحوثين بنسبة 25%، قابلتها نسبة 50%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ابتدائي، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 35.71%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ثانوي، ونسبة 25%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي متوسط، ونسبة 9.09% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي جامعي والنسبة المنعدمة من المبحوثين الذين هم بدون مستوى، ويليها عدد المبحوثين الذين يرون أن الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة هي شخص مهتم بجانب الاتصال وهم 3 مبحوثين بنسبة 8.33%، قابلتها نسبة 18.18%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي جامعي، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 7.14%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ثانوي، والنسب المنعدمة من المبحوثين الذين هم بدون مستوى ومتوسط وابتدائي، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يرون أنه زيادة على الوسائل السالف ذكرها هناك وسائل أخرى تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة الجهوية بالوادي والمتمثلة في لوحة الإعلانات والنشرات والمذكرات الإعلامية كذلك الرسائل الخاصة، والملصقات وغيرها، وهذا راجع للتنوع الكبير في الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة.

خ- هل التعاون فيما بينكم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية:

الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حول التعاون فيما بينكم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية وفق متغير المستوي الدراسي

المستوى الدراسي	بدون مستوى		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	0	0%	2	100%	5	62.5%	13	92.86%	10	90.91%	30	83.33%
لا	1	100%	0	0%	3	37.5%	1	7.14%	1	9.09%	6	16.67%
المجموع	1	10%	2	100%	8	100%	14	100%	11	100%	36	100%

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن التعاون فيما بينكم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية وهم 30 مبحوث بنسبة 83.33%، وهي النسبة الأعلى، قابلتها نسبة 100% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ابتدائي، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 92.86%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ثانوي، ونسبة 90.91%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي جامعي، ونسبة 62.5%، من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي متوسط والنسبة المنعدمة من المبحوثين الذين هم بدون مستوى، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن التعاون فيما بينكم لا يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية وهم 6 مبحوث بنسبة 16.67% قابلتها نسبة 100%، من المبحوثين الذين هم بدون مستوى، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 37.5% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي متوسط، ونسبة 9.09% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي جامعي، ونسبة 7.14% من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ثانوي، والنسبة المنعدمة من المبحوثين الذين مستواهم الدراسي ابتدائي، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يرون أن التعاون فيما بينهم يزيد من مردودية وإنتاجية المؤسسة الإذاعية، وهذا راجع للفائدة الكبيرة التي يحققها التعاون بين العمال سواء من ناحية المردودية للمؤسسة من جهة ومن الناحية النفسية والاجتماعية للعمال من جهة أخرى.

#### د- هل إعطائكم هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة:

**الجدول رقم (13):** يمثل توزيع أفراد العينة حول إعطاء هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة وفق متغير الوظيفة

الوظيفة	إداري		صحفي		منشط		أخرى		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	6	85.71%	5	83.33%	4	80%	16	88.89%	31	86.11%
لا	1	14.29%	1	16.67%	1	20%	2	11.11%	5	13.89%
المجموع	7	100%	6	100%	5	100%	18	100%	36	100%

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن إعطاء هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة وهم 31 مبحوث بنسبة 86.11%، وهي النسبة الأعلى قابلتها نسبة 88.89% من المبحوثين الذين لديهم وظائف أخرى، وهي مرتفعة بقليل مقارنة مع نسبة 85.71%، من المبحوثين الإداريين، ونسبة 83.33%، من المبحوثين الصحفيين، ونسبة 80%، من المبحوثين الذين المنشطين، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن إعطاء هامش من الحرية والتصرف لا يساهم في تحقيق الجودة وهم 5 مبحوث بنسبة 13.89%، قابلتها نسبة 20% من المبحوثين المنشطين، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 16.67%، من المبحوثين الصحفيين، ونسبة 14.29%، من المبحوثين الإداريين، ونسبة 11.11%، من المبحوثين الذين لديهم وظائف أخرى، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يرون أن إعطاء هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة، وهذا راجع كون العامل يرتاح نفسيا عند إعطائه هامش من

الحرية والتصرف مما يشعره بالثقة والانتماء للمؤسسة بالتالي ينعكس ذلك على تطوير وتحقيق جودة عالية في الأداء الوظيفي الفعال وهذا ما يزيد من إنتاجية المؤسسة بشكل أفضل.

#### د- كيف تتعامل المؤسسة مع الخطأ في أداء المهام:

الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حول تعامل المؤسسة مع الخطأ في أداء المهام وفق متغير الجنس

البدائل	ذكر		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
كأداة للتعلم لتفادي الأخطاء في المستقبل	4	14.81%	2	22.22%	6	16.67%
المؤسسة لا تقبل الخطأ وتعاقب عليه	22	81.48%	7	77.78%	29	80.56%
طريقة أخرى	1	3.70%	0	0%	1	2.78%
المجموع	27	100%	9	100%	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلبية الباحثين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي تتعامل مع الخطأ في أداء المهام بأنها لا تقبل الخطأ وتعاقب عليه وهم 29 مبحوث بنسبة 80.56%، وهي النسبة الأعلى، قابلتها نسبة 81.48% من المبحوثين الذكور، وهي مرتفعة بقليل مقارنة مع نسبة 77.78%، من المبحوثين الإناث، يليها عدد المبحوثين الذين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي تتعامل مع الخطأ في أداء المهام كأداة للتعلم لتفادي الأخطاء في المستقبل وهم 6 مبحوثين بنسبة 16.67%، قابلتها نسبة 22.22%، من المبحوثين الإناث، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 14.81% من المبحوثين الذكور، ويليهما عدد المبحوثين الذين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي تتعامل مع الخطأ في أداء المهام بطرق أخرى وهم مبحوث واحد بنسبة 2.78%، قابلتها نسبة 3.70%، من المبحوثين الذكور، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة المنعومة من المبحوثين الإناث، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي تتعامل مع الخطأ في أداء المهام بأنها لا تقبل الخطأ وتعاقب عليه وهذا راجع للسلبات الكبيرة التي ينتج عن كثرة الأخطاء بالتالي يؤدي إلى نقصان جودة المؤسسة مما ينجر عليه العديد من المشاكل، وهذا ما يجعل المؤسسة الإعلامية بالوادي لا تقبل الخطأ وتعاقب عليه وفقا لما تم عرضه علينا من قبل مديرة الإذاعة من القانون الداخلي للعقوبات، في حين أكدت هذه الأخير أنها تتم مراجعة سبب الخطأ قبل إلقاء العقوبة على العامل.

#### 4) عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: أبعاد الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية

أ- معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير:

الجدول رقم (15): يوضح توزيع ونسبة العينة حول معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق	20	55.6%
محايد	12	33.3%
معارض	4	11.1%
المجموع	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال الجدول رقم (16): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير وهم 20 مبحوث بنسبة 55.6%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذينهم محايدين على أن معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير وهم 12 مبحوث بنسبة 33.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذينهم غير موافقين على أن معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير وهم 4 مبحوثين بنسبة 11.1%، وهي النسبة الأقل، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير، وهذا ما تم ملاحظته خلال الزيارات المتكررة لمقر الإذاعة الجهوية، ويعود ذلك للروح الإخاء والصدقة بين العمال و الرؤساء مما يحقق رضا العمال على المؤسسة الإعلامية بالوادي.

ب- تتيح الإذاعة فرص كافية لترقية الموظفين بها:

الجدول رقم (16): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إتاحة الإذاعة فرص كافية لترقية الموظفين بها

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق	12	33.3%
محايد	22	61.1%
معارض	2	5.6%
المجموع	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (16): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين محايدين على أن الإذاعة تتيح فرص كافية لترقية الموظفين بها وهم 22 مبحوث بنسبة 61.1%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذينهم موافقين على أن الإذاعة تتيح فرص كافية لترقية الموظفين بها وهم 12 مبحوث بنسبة 33.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذينهم معارضين على أن الإذاعة تتيح فرص كافية لترقية الموظفين بها وهم 2 مبحوثين بنسبة 5.6%، وهي النسبة الأقل، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين محايدين على أن الإذاعة تتيح فرص كافية لترقية الموظفين بها وهذا راجع إلى التذبذب في ترقية الموظفين في المؤسسة الإعلامية بالوادي، مما يؤدي إلى نقص في رضا العمال خاصة في مجال الترقية.

#### ت- يسود في الإذاعة روح العمل الجماعية:

الجدول رقم (17): يوضح توزيع ونسبة العينة حول يسود في الإذاعة روح العمل الجماعية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق	30	83.3%
محايد	4	11.1%
معارض	2	5.6%
المجموع	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال الجدول رقم (17): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن في الإذاعة يسود روح العمل الجماعية وهم 30 مبحوث بنسبة 83.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذينهم محايدين على أن في الإذاعة يسود روح العمل الجماعية وهم 4 مبحوثين بنسبة 11.1%، ويليهما عدد المبحوثين الذينهم معارضين على أن في الإذاعة يسود روح العمل الجماعية وهم 2 مبحوثين بنسبة 5.6%، وهي النسبة الأقل، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن في الإذاعة يسود روح العمل الجماعية، وهذا راجع للتعاون وحب العمل الجماعي الذي يسود عمال المؤسسة الإعلامية بالوادي، مما يؤدي بهم للشعور بالرضاء على العمل بالمؤسسة.

#### ث- يقدم الزملاء الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل:

الجدول رقم (18): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تقديم الزملاء الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
---------	---------	----------------

موافق	23	63.9%
محايد	12	33.3%
معارض	1	2.8%
المجموع	100	100%

**المصدر:** من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال الجدول رقم (18): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن الزملاء يقدمون لهم الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل وهم 23 مبحوث بنسبة 63.9%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذينهم محايدين على أن الزملاء يقدمون لهم الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل وهم 12 مبحوث بنسبة 33.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذينهم معارضين على أن الزملاء يقدمون لهم الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل وهم مبحوث واحد بنسبة 2.8%، وهي النسبة الأقل، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن الزملاء يقدمون لهم الدعم والمساندة الكافية عندما يكون لدى بعضهم ضغط في العمل، وهذا راجع للتعاون فيما بين العمال الذي يجعلهم يدعمون ويساندون بعضهم البعض، مما يجعلهم يشعرون بالرضا على العمل في المؤسسة.

**ج- يواجهك مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء**  
**الجدول رقم (19): يوضح توزيع ونسبة العينة حول مواجهة مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء**

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
موافق	18	50%
محايد	16	44.4%
معارض	2	5.6%
المجموع	36	100%

**المصدر:** من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS من خلال الجدول رقم (19): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن يواجههم مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء وهم 18 مبحوث بنسبة 52%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذينهم محايدين على أن يواجههم مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء وهم 16 مبحوث بنسبة 44.4%، ويليهما عدد المبحوثين الذينهم معارضين على أن يواجههم مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء وهم 2 مبحوث بنسبة 5.6%، وهي النسبة الأقل، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين موافقين على طريقة مواجهة مديرة الإذاعة والتي تكون بطريقة حسنة عند ارتكابهم الأخطاء، وهذا راجع للتعامل الجيد لمديرة المؤسسة الإعلامية بالوادي مما يجعل العمال لديهم رضا على العمل في المؤسسة.

## المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة

أولاً: النتائج في ضوء التساؤلات:

### 1. النتائج الجزئية:

❖ النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الأول: والذي ينص بـ:"ماهي أساليب الاتصال المستعملة فيإذاعة الوادي".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:  
- من خلال النتائج الجدول رقم (08) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي لا تتوفر على جهاز مكلف بالاتصالبنسبة91.67%.

- من خلال النتائج الجدول رقم (09) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون أن الوسيلة التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي الإعلانات بنسبة63.89%.

- من خلال النتائج الجدول رقم (10) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أنالنوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل على مستوى المؤسسة هو الاتصال النازل بنسبة75%.

- من خلال النتائج الجدول رقم (11) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن وسائل الاتصال المستخدمة على المستوى الداخلي هي مذكرات إعلامية بنسبة47.22%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الأول القائل: "ماهي أساليب الاتصال المستعملة في إذاعة الوادي"، حيث أنها تبدو جلية من خلال أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي لا تتوفر على جهاز معين مكلف بالاتصال فقط بالإضافة إلى أنهم يقرون أن الوسيلة التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي الإعلانات،فهم يرون أنالنوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل داخلها هو الاتصال النازل،ويرون أن وسائل الاتصال المستخدمة على المستوى الداخلي هي مذكرات إعلامية،وكل هاته المؤشرات تعتبر أساليب اتصاليةتستعملهاؤسسة إذاعة الوادي.

❖ النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثاني: والذي ينص بـ:"فيما تتمثل مظاهر الثقافة الاتصالية في إذاعة الوادي".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:  
- من خلال النتائج الجدول رقم (12) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن نشاطات المؤسسة الإعلامية بالوادي تتمثل في الندواتبنسبة25%.

- من خلال النتائج الجدول رقم (13) نجد أن أغلبية المبحوثينيقرون أن برمجة النشاطات داخل المؤسسة تتم وفق برنامج عام بنسبة69.44%.

- من خلال النتائج الجدول رقم (14) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة هي وسائل أخرى بنسبة36.11%.

- من خلال النتائج الجدول رقم (15) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أنأهداف نشاطات المؤسسة تتمثل في الحفاظ على مكانة المؤسسة الإعلامية بنسبة44.44%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثاني القائل: "فيما تتمثل مظاهر الثقافة الاتصالية في إذاعة الوادي"، حيث أنها تبدو جلية من خلال أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن نشاطات المؤسسة الإعلامية بالوادي تتمثل في الندوات، بالإضافة الى انه نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون أن برمجة النشاطات داخل المؤسسة تتم وفق برنامج عام، كذلك أغلبية المبحوثين يرون أن الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة هي وسائل أخرى، ثم أن المبحوثين يرون أن أهداف نشاطات المؤسسة تتمثل في الحفاظ على مكانة المؤسسة الإعلامية، من خلال هاته المؤشرات نجد أن إذاعة الوادي فيها العديد من مظاهر الثقافة الاتصالية.

#### ❖ النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثالث: والذي ينص بـ: "ماهي المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال النتائج الجدول رقم (16) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون بأنه على أساس الأفراد المعنيين مباشرة في موقع العمل يتم تحديد المهام لتحقيق أهداف المؤسسة الإذاعية بنسبة 41.67%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (17) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن طبيعة العلاقة التي تربطك بالمؤسسة هي علاقة انتماء وجزء من هويتي بنسبة 38.89%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (18) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن التعاون فيما بينهم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية بنسبة 83.33%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (19) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن إعطاء هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة بنسبة 86.11%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (20) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن المؤسسة الإعلامية بالوادي تتعامل مع الخطأ في أداء المهام بأنها لا تقبل الخطأ وتعاقب عليه بنسبة 80.56%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثالث القائل: "ماهي المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة"، حيث أنها تبدو جلية من خلال أن أغلبية المبحوثين يقرون بأنه على أساس الأفراد المعنيين مباشرة في موقع العمل يتم تحديد المهام لتحقيق أهداف المؤسسة الإذاعية، ثم انه كذلك نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن طبيعة العلاقة التي تربطك بالمؤسسة هي علاقة انتماء وجزء من هويتي، وأن أغلبية المبحوثين يرون أن التعاون فيما بينكم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية، بالإضافة الى أن أغلبية المبحوثين يرون أن إعطاء هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة، من خلال هاته المؤشرات نجد أن إذاعة الوادي فيها العديد من المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية.

#### ❖ النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الرابع: والذي ينص بـ: "ماهي العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي بالمؤسسة".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال النتائج الجدول رقم (21) نجد أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير بنسبة 55.6%.
  - من خلال النتائج الجدول رقم (22) نجد أن أغلبية المبحوثين محايدين على أن الإذاعة تتيح فرص كافية لترقية الموظفين بهابنسبة 61.1%.
  - من خلال النتائج الجدول رقم (23) نجد أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن في الإذاعة يسود روح العمل الجماعية بنسبة 83.3%.
  - من خلال النتائج الجدول رقم (24) نجد أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن الزملاء يقدمون لهم الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل بنسبة 63.9%.
  - من خلال النتائج الجدول رقم (25) نجد أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن يواجههم مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء بنسبة 52%.
- من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الرابع القائل: "ماهي العوامل المؤثرة علي الرضا الوظيفي بالمؤسسة"، حيث أنها تبدو جلية من خلال أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير، ثم انه كذلك نلاحظ أن أغلبية المبحوثين محايدين على أن الإذاعة تتيح فرص كافية لترقية الموظفين بها، وأن أغلبية المبحوثين موافقين على أن في الإذاعة يسود روح العمل الجماعية، بالإضافة الى أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن الزملاء يقدمون لهم الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل، بالإضافة الى أن أغلبية المبحوثين موافقين على أن يواجههم مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء، من خلال هاته المؤشرات نجد أن هناك العديد من العوامل المؤثرة علي الرضا الوظيفي بالمؤسسة.

## 2. النتائج الرئيسية:

نتائج التساؤل الرئيسي: والذي ينص بـ: "كيف تساهم الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في إذاعة الوادي".

من خلال تحليلنا التساؤلات الجزئية للدراسة اتضح أن:

- يوجد العديد من أساليب الاتصال المستعملة في إذاعة الوادي.
  - هناك العديد من مظاهر الثقافة الاتصالية في إذاعة الوادي.
  - هناك العديد من المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية.
  - هناك العديد من العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي بالمؤسسة.
- من خلال هذه النتائج الجزئية نجيب على التساؤل الرئيسي القائل: " كيف تساهم الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في إذاعة الوادي"، وتبدو مساهمة الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في إذاعة الوادي جليا من خلال وجود العديد من أساليب الاتصال المستعملة في إذاعة الوادي، بالإضافة الى وجود العديد من مظاهر الثقافة الاتصالية في إذاعة الوادي، والى وجود العديد من المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية، كما أنه يوجد العديد من العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي بالمؤسسة بالتالي نقول أنه توجد

مساهمة كبيرة للثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في إذاعة الوادي.

### المطلب الثالث: الاقتراحات والتوصيات

في ضوء النتائج المتحصل عليها يمكن اقتراح بعض الاقتراحات والتوصيات نذكر منها ما يلي:

- العمل على الاهتمام بجانب الترقية للعمال
- الاهتمام بوضع جهاز مكلف بالاتصال داخل المؤسسة وذلك من شأنه أن يزود العمال بكافة المعلومات, كما يعمل على ضمان التواصل والتقارب بين الإدارة والموظفين
- العمل على التنسيق بين الأقسام المختلفة والمصالح وتحديد وسائل وأساليب الاتصال المناسبة .
- الاعتماد على الاجتماعات كوسيلة للاتصال داخل المؤسسة الإذاعية كونها تناسب رغبات أغلب الموظفين.
- العمل على زيادة الرضا الوظيفي للعمال باستمرار, وإشعاره بأنه عضو فعال داخل محيط المؤسسة الإذاعية.
- تعميق الوعي بأهمية التعاون والتآخي داخل محيط العمل والكلمة الطيبة.
- تطوير وسائل الاتصال التي تعتمد عليها المؤسسة داخل محيطها والعمل على تنوعها.

### خلاصة

بعد عرضنا للبيانات وتحليلنا للمعطيات التي تم التحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية، والتعليق عليها توصلنا إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة، والمتمثل في أن الثقافة الاتصالية لها مساهمة كبيرة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى عمال إذاعة واد سوف الجهوية من خلال النشاطات التي يقومنا بها داخل المؤسسة والعوامل المساعدة في الوصول إلى تحقيق أهداف المؤسسة، وهذا راجع إلى الدور الذي تلعبه الثقافة الاتصالية في ذلك.

خاتمة

## خاتمة

إن تناولنا لهذا الموضوع والذي يتعلق بالثقافة الاتصالية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي داخل المؤسسة الإذاعية، تكمننا من الوصول إلى بعض النتائج من خلال دراستنا الميدانية وزيارتنا العديدة لمقر الإذاعة الجهوية بالوادي، ومقابلتنا المتكررة مع مديرة المؤسسة لاحظنا أن المؤسسة الإذاعية بالوادي لا تتوفر على جهاز معين مكلف بالاتصال، في حين يجب أن يتواجد في المؤسسة هذا الجهاز كغيرها من المؤسسات، سواء كان شخص أو جهاز إلكتروني ملموس، بالإضافة إلى أن أهم وسيلة تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين هي الإعلانات، باعتبار أن النوع الاتصالي الذي تتبناه المؤسسة لتبادل الرسائل داخلها هو الاتصال النازل، وذلك لكونه من الأنواع الناجحة في تسيير الأمور داخل المؤسسة الإذاعية، وباعتبار أن اتخاذ القرارات وإعطاء الأوامر من أولويات المديرية، وكل هاته المؤشرات تعتبر أساليب اتصالية تستعملها المؤسسة الإذاعية الجهوية بالوادي.

فيما تتمثل مظاهر الثقافة الاتصالية بالإذاعة من خلال ندوات وبرمجة نشاطات داخل المؤسسة الإعلامية تتم وفق برنامج عام، وتتمثل أهداف هذه النشاطات في الحفاظ على مكانة المؤسسة من خلال هاته المؤشرات نجد أن إذاعة واد سوف فيها العديد من مظاهر الثقافة الاتصالية، في حين أنه توجد العديد من المتغيرات التي تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة المتمثلة في عدة مؤشرات وهي كالآتي: - : طبيعة العلاقة التي تربط العامل بالمؤسسة هي علاقة انتماء وجزء من الهوية. وان التعاون بينهم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية. وتعتبر معاملة الرؤساء في العمل التي تتميز بالاحترام والتقدير وكذا إتاحة فرص كافية لترقية الموظفين بالمؤسسة والعمل الجماعي وتقديم الدعم والمساندة الكافية بين الزملاء عندما يكون هناك ضغط في العمل، كل هاته تعتبر من العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي بالمؤسسة الإذاعية.

وكخلاصة عامة للدراسة نجد أن مساهمة الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في إذاعة الوادي جليا من خلال وجود العديد من أساليب ومظاهر الثقافة الاتصالية، لكنها تساهم في تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة الإذاعية، لما تمتلكه من أهمية كبيرة تتمثل في أنها تساهم في تماسك الجماعة فهي المحرك الأساسي لنجاح المؤسسة ويظهر ذلك من خلال العلاقة بينها وبين مختلف النشاطات التي تسيروها وتتأثر بها، كما أنها تحقق المؤسسة الهوية وتجمع بين أعضائها وتميزهم عن سواهم، في حين أنها تزيد من تنمية الولاء والانتماء للمؤسسة، وتحقيق الاستقرار التنظيمي.

وفي الأخير، نرجو أن تكون هذه الدراسة لبنة إضافية من لبنات البحث العلمي في ميدان الاتصال، كما نرجو أن تكون قد استطاعت إعطاء صورة دقيقة وموضوعية عن دور الثقافة الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي بالمؤسسة الإذاعية

## قائمة المصادر والمراجع

### قائمة المصادر و المراجع

القرآن الكريم

المعاجم:

ابن منظور, (1992). لسان العرب, ج01, دار صادر, بيروت.

كتب باللغة العربية:

- أبو سمرة, محمد. ( 2008). الاتصال الإداري والإعلامي, ط: 01, دار أسامة للنشر, الأردن, عمان.
- البارودي, منال, ( 2015). الرضا الوظيفي وفن التعامل مع الرؤساء والمرؤوسين, ط 01, المجموعة العربية للتدريب والنشر, القاهرة, مصر.
- السعيد مبروك, ابراهيم, ( 2013). الاتصال الإداري وإدارة المعرفة بالمكتبات ومرافق المعلومات, ط 01, دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر, الإسكندرية, مصر.
- القاضي, محمد يوسف. (2015). السلوك التنظيمي, ط: 01, الأكاديميون للنشر والتوزيع, الأردن, عمان.
- المشهداني, سعد سلمان, ( 2019). منهجية البحث العلمي, ط01, دار أسامة للنشر والتوزيع, الأردن, عمان.
- برينو, جولي, ( 2015). مبادئ الاتصال, ترجمة: ساعو, ناصر, باب الزوار, الجزائر
- بلخيري, رضوان, جابري, سارة, ( 2013). مدخل للاتصال والعلاقات العامة, ط: 01, دار جسور للنشر والتوزيع.
- بلخيري, رضوان, ( 2015). مدخل إلى الاتصالي المؤسساتي, ط01, دار قرطبة للنشر والتوزيع, باب الزوار, الجزائر.
- دليو, فضيل, (2003). اتصال مؤسسة "إشهار- علاقات عامة- علاقات مع الصحافة", ط 01, دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة, مصر.
- عمر, عصام عبد اللطيف, ( 2015). الرضا الوظيفي ومهارات إدارة ضغوط العمل, ط 01, نيو لينك للنشر والتدريب, القاهرة, مصر.
- فرج, شعبان, (2009). الاتصالات الإدارية, ط: 01, دار أسامة للنشر والتوزيع,
- محمد رجب بهنسي, فائزة, ( 2011). الرضا الوظيفي للعاملين, ط 01, دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر, الإسكندرية, مصر.

#### المذكرات:

- الحوتي, خالد علي سعد. ( 2018). الرضا الوظيفي وعلاقته بفاعلية أداء العمل في الإدارة الحكومية -دراسة تطبيقية على مديري المدارس العامة بمدينة بنغازي-, مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية, جامعة بنغازي.
- الفكي الريح, غيداء أحمد. ( 2018). الرضا الوظيفي لدى معلمي مرحلة الأساس وأثره في تحسين الأداء المهني ( دراسة حالة : مدارس الجودة

- أساس، الخرطوم)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الجودة والامتياز، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- بن حمود، ناصر. (2016/2017). تأثير الثقافة التنظيمية على أداء الموارد البشرية -دراسة ميدانية بملبنة نوميديا- قسنطينة، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع تنظيم وعمل، جامعة باتنة 1.
  - بن سليمان الزيدان، خالد بن زيدان. (2014). الرضا الوظيفي وعلاقته بفاعلية الذات لدى عينة من معلمي التربية الخاصة بمراحل التعليم بمنطقة حائل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى.
  - بوراس، نور الدين. (2013/2014). دور القيادة الإدارية في تنمية الثقافة التنظيمية لدى العاملين - دراسة ميدانية بالمركب المنجمي للفوسفات جبل العنق- بئر العاتر، تبسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تنظيم وعمل، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
  - بولعويديات، حورية. (2007/2008). استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية - دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG -قسنطينة -، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري.
  - تيطراوي، خالد، (2011/2012). تأثير الثقافة التنظيمية في تحسين أداء العمال في المؤسسة الصناعية. دراسة حالة بمؤسسة الأقمشة الصناعية - TIDAL المسيلة-. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل. جامعة الجزائر 2.
  - رماش، صبرينة. (2008/2009). الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة ميدانية في الشركة الوطنية للكهرباء والغاز SONELGAZ، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم في علم الاجتماع فرع: تنمية وتسيير الموارد البشرية، قسنطينة، الجزائر، جامعة منتوري.
  - سويسي، أحمد. (2012/2013). الثقافة التنظيمية وتأثيرها على أداء العاملين بالمؤسسة -دراسة ميدانية بديوان العقاري بالأغواط، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماعي تنظيم وعمل، جامعة زيان عاشور، الجلفة.
  - عاشوري، ابتسام، (2014/2015). الالتزام التنظيمي داخل المؤسسة وعلاقتها بالثقافة التنظيمية دراسة ميدانية بمؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بمدينة الجلفة (المديرية العامة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تنظيم وعمل، بسكرة، جامعة محمد خيضر.

- عيساوي, وهيبة. ( 2011/2012). أثر الثقافة التنظيمية على الرضا الوظيفي  
- دراسة حالة فئة الأفراد الشبه طبيين بالمؤسسة الإستشفائية العمومية ترابي  
بوجمعة ببشار-, مذكرة لنيل شهادة الماجستير, تلمسان, جامعة أبو بكر بلقايد.  
- فار, كمال. (2017/2018). الاتصال المؤسساتي والخدمة العمومية في  
الإدارة المحلية الجزائرية دراسة حالة : ولاية وبلدية برج بوعريريج, رسالة  
مقدمة لنيل درجة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال, جامعة  
الجزائر3.

- قريشي, الزهرة. (2016/2017). الثقافة التنظيمية وعلاقتها بالأداء الوظيفي  
للعاملين بالمؤسسات الاقتصادية – دراسة ميدانية بمؤسسة سونغاز بالوادي-,  
مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع المنظمات المناجمت, غير  
منشورة, جامعة الشهيد حمة لخضر.

- مر كمال, عبد الستار. ( 2013/2014). الثقافة التنظيمية وعلاقتها بالرضا  
الوظيفي لدى معلمي المؤسسات التربوية المختصة تحليل استطلاعي لمعلمي  
مدرسة "الأطفال المعوقين بصرياً" بمدينة الجلفة (دراسة مسحية), مذكرة  
لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تنظيم وعمل, الجلفة, جامعة زيان  
عاشور.

- وسمي الشمري, محمد. (2012/2013). دور العلاقات العامة في وكالة  
الأبناء الكويتية "كونا" في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها: دراسة  
تطبيقية, مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام, جامعة الشرق الأوسط.

- يونس, مختار. ( 2014/2015). الثقافة التنظيمية ودورها في الرضا  
الوظيفي دراسة ميدانية بمؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بمدينة الجلفة  
( المديرية العامة), مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تنظيم  
وعمل, جامعة محمد خيضر, بسكرة.

#### مجالات ومقالات:

- الود, نوري. (2017). معايير الثقافة التنظيمية من وجهة نظر الأساتذة  
والعاملين بالقطاع الجامعي, مجلة أبحاث نفسية وتربوية, مجلد: ج, العدد:  
10, جامعة قسنطينة 2.

- بن خليف, طارق, بن خليف, نور الهدى, وآخرون. (2021). مساهمة الثقافة  
التنظيمية في تنمية السلوك الإبداعي- دراسة حالة مديرية أملاك الدولة  
بالجلفة-, مجلة دفاتر اقتصادية, المجلد 12, العدد 01, الجزائر, جامعة الجلفة.

- بوزراع, أحمد. (2001). منهج دراسة الحالة في العلوم الاجتماعية  
والإنسانية, مجلة الإحياء, العدد: 04, باتنة, جامعة باتنة.

- بوساحية, هشام, صحراوي, جهاد. ( 2021). دور الثقافة الاتصالية في تفعيل الإدارة الإلكترونية داخل المؤسسة العمومية الجزائرية (دراسة ميدانية على موظفي بلدية الشريعة ولاية تبسة), مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية, المجلد 05, العدد 03, الجزائر.
- بلمير, سارة, سعدي, وحيدة. ( 2021). دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي -دراسة نظرية-, مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية, المجلد: 06, العدد: 03, عنابة, الجزائر, جامعة باجي مختار.
- حسين, جاب الله, بن عبد الرحمان, سيد علي. (2020). استخدامات الجامعة للاتصال الرقمي ودوره في تعزيز عملية الثقافة الاتصالية بين الإدارة - الأستاذ والطالب-, مجلة الراصد العلمي, المجلد: 07, العدد: 02, وهران, جامعة أحمد بن بلة.
- خبيزي, سامية. ( 2020). الإستراتيجية الاتصالية كخيار إستراتيجي وعملي تنتهجه المؤسسات: آلياته وخطواته, المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية, المجلد: 08, العدد: 02, الجزائر 3.
- خضير, رشيد. (2016). دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي -دراسة في الوسائل والأساليب- مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية, العدد 15, الوادي, جامعة الشهيد حمة لخضر.
- خليفي, حفيظة. ( 2022). الثقافة الفرعية المنحرفة والثقافات الفرعية الأخرى, مجلة العلوم الاجتماعية, المجلد: 16, العدد: 01, الأغواط, الجزائر, جامعة الأغواط.
- روابحية, عيسى, كورتل, فريد. ( 2016). دور الثقافة التنظيمية في تحقيق الأداء المتميز للعاملين في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة ميدانية في مؤسستين اقتصاديتين-, مجلة الباحث الاقتصادي, العدد: 05, سكيكدة, الجزائر, جامعة 8 أوت 1955.
- رياحي, معمر, مانع, فاطمة. (2021). استخدام أبعاد الثقافة التنظيمية في التنبؤ بالرضا الوظيفي - دراسة حالة موظفي المؤسسة الإستشفائية بمنطقة الشطية- الشلف, مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا, المجلد: 17, العدد: 27, جامعة الشلف, الجزائر.
- ريغي, ربة, معمر, حمزة. ( 2021). مستوى الثقافة التنظيمي لدى موظفي مديرية الموارد المائية, مجلة أنسنة للبحوث والدراسات, المجلد: 02, العدد: 12, غرداية, جامعة غرداية.
- سعد الرحيلي, رينا. (2016). الرضا الوظيفي لدى الأطباء السعوديين العاملين في المستشفيات الحكومية - دراسة وصفية على عينة من الأطباء

السعوديين العاملين في القطاع الصحي بمدينة جدة-، مجلة بحوث كلية الآداب، المجلد: 27، العدد: 104، جدة، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز.

- سليمان، مسعودة. (2022). عينة البحوث الميدانية: دراسة في الأحجام والأنواع، مجلة معارف، المجلد: 17، العدد: 01، تيزي وزو، الجزائر، جامعة مولود معمري.

- قدوري، عبد القادر. (2017). الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتوعوي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 24، الوادي، جامعة الشهيد حمة لخضر.

- كورتل، فريد، يوب، أمال. (2013). الاتصالات الإدارية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الصناعية، مجلة دراسات \_ العدد الاقتصادي، المجلد: 04، العدد: 02، جامعة الأغواط.

- محروس عبد الحميد، رباب. (2022). مفهوم الثقافة التنظيمية: مراجعة نظرية تطبيقية، المجلة الدولية للسياسات العامة في مصر، المجلد: 01، العدد: 01، مصر، جامعة القاهرة.

- منماني، نادية، عقاقنية، مها. (2021). الاتصال المؤسسي ضمن المتطلبات الرئيسية لترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية بالمركز النفسي البيداغوجي للأطفال المعاقين ذهنياً -دراسة ميدانية-، سوق أهراس، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد: 06، العدد: 02، الجزائر.

#### المحاضرات:

- مبنى، نور الدين. (2021/2020). الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة، مطبوعة دعم بيداغوجي موجهة إلى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2

#### المقابلات:

- مقابلة مع الأستاذة حفيضي نهلة، أستاذة اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خضير، بسكرة، يوم 18 مارس 2023، ساعة 10:00 ص.

- مقابلة مع الأستاذة بن شرودة فوزية، مديرة الإذاعة الجهوية بالوادي، يوم 13 أفريل 2023، ساعة 11:00 ص.

- مقابلة مع الأستاذ عازب عادل، مذيع ومقدم برامج بإذاعة الوادي الجهوية، الأحد 14 ماي 2023، ساعة 09:30 ص.

- كتب باللغة الأجنبية:

- Edgar H. Schein (2004). Organizational Culture and Leadership .THIRD EDITION. Publishing house Jossey-Bass. San Francisco. USA



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي-  
قسم: ثانية ماستر سمعي بصري



## استمارة استبيان بعنوان:

الثقافة الاتصالية في المؤسسة الإذاعية ودورها في  
تحقيق الرضا الوظيفي  
دراسة حالة بإذاعة الوادي الجهوية-

من إعداد الطالبات:

صالحى دليلة

ميداسي حنيئة

بن عمر شيماء

نزار سارة

### ملاحظة:

السادة والسيدات إيطارات، موظفي المؤسسة الإعلامية: يشرفنا أن نتقدم إلي سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة التي تدخل ضمن متطلبات انجاز مذكرة الماستر تحت عنوان " الثقافة الاتصالية في المؤسسة الإذاعية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي، دراسة حالة بإذاعة الوادي"، ونعلمكم أن الإجابات المقدمة من طرفكم تحظى بالأهمية البالغة لدينا، وبالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. نشكركم شكرا جزيلا على مساعدتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة و بالصرحة التامة. ولكم منا كل الشكر والتقدير.

## السنة الجامعية 2023/2022

### البيانات الشخصية:

النوع: ذكر  أنثى

العمر: أقل من 20  20 إلى 30  31 إلى 40  41 فما فوق

المستوى الدراسي: دون مست  متوسط  مستوى ابتدائي

ثانوي  جامعي

الوظيفة: إداري  صحفي  منشط

أخرى أذكرها .....

### المحور الأول: الاتصال في المؤسسة

1. هل يتوفر في مؤسستكم جهاز مكلف بالاتصال

نعم  لا

2. ما هي أهم الوسائل التي تستخدمها المؤسسة في التواصل مع الموظفين  
 إعلانات  اجتماعات  حلقات نقاش   
 أخرى أذكرها.....
3. ما هو النوع الاتصالي الذي تتبناها المؤسسة لتبادل الرسائل على مستوى المؤسسة  
 اتصال نازل  اتصال أفقي   
 4. ما هي وسائل الاتصال المستخدمة على المستوى الداخلي:  
 هاتف  مذكرات إعلامية  الفاكس   
 مراسلات إلكترونية
- المحور الثاني: واقع الاتصال و الثقافة الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بإذاعة الوادي**
5. فيما تتمثل نشاطات المؤسسة  
 ندوات     
 حصص إعلامية  ملتقيات   
 أخرى أذكرها.....
6. كيف يتم برمجة النشاطات داخل المؤسسة؟  
 برنامج عام  برنامج شهر  برنامج أسبوعي   
 7. ما هي الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة للتواصل مع العمال داخل الإذاعة؟  
 إيميل  الهاتف  شخص مهتم بجانب الاتصال   
 أخرى أذكرها.....
8. فيما تتمثل أهداف نشاطات المؤسسة؟  
 تعزيز ثقافة الاتصال   
 الحفاظ على مكانة المؤسسة الإعلامية   
 توثيق العلاقات بين طرفي الاتصال
9. على أي أساس يتم تحديد المهام لتحقيق أهداف المؤسسة الإذاعية؟  
 على أساس التخطيط و بطاقات عمل محددة مسبقا   
 على أساس الإجماع بين الإدارة و العمال حول طريقة معي   
 بواسطة الأفراد المعنيين مباشرة في موقع العمل
10. كيف ترى طبيعة العلاقة التي تربطك بالمؤسسة؟  
 علاقة ثقة و تعاون، تقوم على مبدأ "كل فرد يراقب نفسه"   
 الحذر و عدم الثقة و المراقبة المفرطة   
 علاقة عمل فقط   
 علاقة انتماء و جزء من هويتي

11. هل التعاون فيما بينكم يزيد من مردودية المؤسسة الإذاعية؟

نعم  لا

12. هل إعطائكم هامش من الحرية والتصرف يساهم في تحقيق الجودة؟

نعم  لا

13. كيف تتعامل المؤسسة مع الخطأ في أداء المهام؟

كأداة للتعلم لتفادي الأخطاء في المستقبل

المؤسسة لا تقبل الخطأ و تعاقب عليه

طريقة أخرى أذكرها.....

**المحور الثالث: أبعاد الرضا الوظيفي في ظل الثقافة الاتصالية**

14. معاملة الرؤساء في العمل تتميز بالاحترام والتقدير؟

موافق  محايد  غير موافق

15. تتيح الإذاعة فرص كافية لترقية الموظفين بها؟

موافق  محايد  غير موافق

16. يسود في الإذاعة روح العمل الجماعية؟

موافق  محايد  غير موافق

17. يقدم الزملاء الدعم والمساندة الكافية عندما يكون عندك ضغط في العمل؟

موافق  محايد  غير موافق

18. يواجهك مدير الإذاعة بطريقة حسنة عند ارتكابك الأخطاء؟

موافق  محايد  غير موافق

**الملحق 01: استمارة استبيان**

## قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة:

اسم ولقب الأستاذ المحكم	الرتبة العلمية والتخصص
الأستاذ هابة طارق	أستاذ محاضر أ, علوم الإعلام والاتصال
الأستاذ شين عبد الكريم	أستاذ محاضر ب, علوم الإعلام والاتصال
الأستاذة قيطة فاطمة الزهراء	أستاذة محاضرة أ, علوم الإعلام والاتصال

الملحق 02: قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة

