



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال، وعلاقات عامة.

المرح في المؤسسة الإعلامية "قراءة في الأدوار والوظائف - إذاعة مستغانم نموذجاً"

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر (م.د) في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: إتصال و علاقات عامة.

المشرفة :

إعداد:

د. بوشفرة سليمة

➤ خليفة محجوبي يمينة

أعضاء لجنة المناقشة

د. صالح فلاق شيرة..... رئيساً

د. بوشفرة سليمة..... مؤظراً

د. عيسى عبيد نورية..... مناقشاً

السنة الجامعية 2023-2024

إهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى

الذرع الواقي والكنز الباقي، إلى من جعل العلم منبع اشتياقي، لك أقدم وسام

الاستحقاق إلى روح والدي رحمه الله.

رمز العطاء وصدق الإيباء، إلى ذروة العطف والوفاء، لك أجمل حواء، أنت أُمي الغالية أطال الله

عمرك.

وإلى رمز الصداقة وحسن العلاقة زملاء الدراسة دفعة: 2024

إلى الزملاء

وفي الأخير

يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا أصاب باليأس إذا فشلت بل ذكرني دائما بأن الفشل هو التجربة

التي تسبق النجاح آمين يا رب العالمين

خليفة محجوبي يمينة



شكر وتقدير

بعد أن من الله علينا بإنجاز هذا العمل، فإننا نتوجه إليه سبحانه وتعالى أولاً وأخراً بجميع الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوفقنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمه وكرمه ، وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم : "من لا يشكر الناس لا يشكر الله "، فإنني أتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذة المشرفة البروفيسورة "بوشفرة سليمة"، على إشرافها على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذلته معي، وعلى نصائحها القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فلها منا فائق التقدير والاحترام، كما نتوجه في هذا المقام بالشكر الخاص لأساتذتنا الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي ولم يبخلوا في تقديم يد العون لنا، وخاصة الأستاذ ديلمي عبد الهادي

وندين بالشكر أيضاً إلى كل عمال مؤسسة إذاعة مستغانم، الذين ساعدونا من خلال تقديم جميع التسهيلات ومختلف التوضيحات والمعلومات المقدمة من طرفهم لإنجاز هذا البحث. وفي الختام نشكر كل من ساعدنا وساهم في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة عطرة



الملخص

تتوجع وواستنا هذه ضمن الواسات الكيفية (وااسة حالة) والتي تتطوق بالبحث والتحليل إلى إواز أوار ووظائف الروح في المؤسسة الإعلامية (إذاعة مستغانم نموذجاً)، لنلخص إلى نتائج أهمها أن الروح عنصر فعال للصحفي حيث يكون أكثر تأثيراً مما يساعد على التكيف بالترفيه وللترفيه، ويعزز فكر العمل الجماعي إضافة إلى أنه يخفف وينفس على المستمعين. الكلمات المفتاحية: الروح، الوظيفة الترفيهية، إذاعة مستغانم، الأداء الوظيفي.

Résume

Notre étude qualitative (étude de cas) s'intéresse essentiellement à une lecture analytique des rôles et fonctions de l'humour en entreprise médiatique (Radio Mostaganem) Parmi les conclusions majeures : L'humour est efficace, voir primordial pour l'entreprise médiatique et les émissions radiophonique Il contribue à renforcer l'esprit d'équipe et accroître l'audience par l'humour et pour l'humour.

Les mots clés: l'humour, fonction attractive, Radio Mostaganem, Rendement productivité du travail

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
2	إهداء
3	الشكر والعرفان
4	ملخص الدراسة
5	فهرس المحتويات
أ	مقدمة عامة
10	الجانب المنهجي
11	بناء الإشكالية
11	أسباب اختيار الموضوع
12	أهداف الدراسة
12	أهمية الدراسة
12	المرتکز النظري للدراسة
13	تحديد المفاهيم
15	المنهج المناسب للدراسة
15	أدوات جمع البيانات
17	مجتمع الدراسة وعينة البحث
الفصل الأول: المرح في المؤسسة الإعلامية	
20	تمهيد
20	1. مفهوم المرح داخل المؤسسة الإعلامية
21	2. دور المرح في الوسط الإعلامي (الإذاعة)
21	3. الوظيفة الترفيهية للمرح داخل المؤسسة الإعلامية
22	4. تمظهرات المرح داخل المؤسسة الإعلامية
24	خاتمة

الفصل الثاني: المرح والأداء الوظيفي في المؤسسة الإعلامية	
26	تمهيد
26	1. تعريف الأداء الوظيفي
27	2. تأثير المرح في الأداء الوظيفي
27	3. نظريات الفكاهة التنظيمية داخل الوسط الإعلامي
29	4. العوامل المساعدة على بيئة مرحة في العمل الإذاعي
31	خاتمة
32	الإطار التطبيقي
33	تمهيد
33	1. بطاقة فنية لإذاعة مستغانم
37	2. دليل المقابلة
42	3. تحليل المقابلة مع أمينة دايم
43	4. تحليل النتائج واستنتاجات عامة
43	النتائج العامة للدراسة
45	الخاتمة
47	قائمة المراجع والمصادر

مقدمة عامة

مقدمة:

تُعد بيئة العمل أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على الأداء الوظيفي والإنتاجية في أي مؤسسة. ويُعتبر المرح داخل المؤسسات الإعلامية عنصرًا هامًا لا يُمكن تجاهله لما له من تأثيرات متعددة الأبعاد على الموظفين وأدائهم. عندما نتحدث عن "المرح داخل الإذاعة، فإننا نشير إلى الأنشطة والبرامج والممارسات التي تُساهم في خلق جو من السعادة والتفاعل الإيجابي بين الموظفين. من بين أحد الجوانب الأساسية التي يُعززها المرح داخل المؤسسة الإعلامية هو تعزيز الروح المعنوية بين الموظفين. الروح المعنوية العالية تنعكس بشكل مباشر على مستوى التحفيز والرغبة في العمل بجدية.

العلاقات الإيجابية والمنتينة بين الموظفين تؤدي إلى تحسين التواصل والتعاون بينهم، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الفعالية والإنتاجية. هذا التفاعل الإيجابي يُقلل من النزاعات الداخلية ويُسهم في خلق بيئة عمل متناغمة.

من الجوانب المهمة الأخرى هي التقليل من الضغوطات اليومية والمسؤوليات المهنية التي قد تُسبب توترًا كبيرًا، ولكن عندما تتضمن بيئة العمل بعض الأنشطة الترفيهية والمرحة، مما ينعكس إيجابًا على الصحة العامة للموظفين.

البيئة التي تُشجع على المرح توفر مساحة للموظفين لتجربة أفكار جديدة دون خوف من الفشل. هذا النوع من البيئة يُسهم في تطوير منتجات وخدمات جديدة ويُحسن الاتصال الداخلي، مما يمنح المؤسسة الإعلامية ميزة تنافسية في ميدان السمع البصري.

من الناحية الإدارية، يجب أن تكون استراتيجيات تعزيز المرح داخل الإذاعة مُنظمة ومدروسة. يجب أن تتنوع الأنشطة وتتناسب مع ثقافة المجتمع المحلي واهتمامات مستمعيها.

الجانب المنهجي

بناء الإشكالية:

يعتبر المرح جزء لا يتجزأ من بيئة العمل حيث أصبح أحد استراتيجيات المؤسسات الإعلامية المعتمدة لتحقيق نسبة عالية من الاستماع ورفع مستوى الأداء الوظيفي، كما أنه يزيد من قدرة الموظفين على تحمل ضغط العمل وكذلك قدرتهم على التصرف بطريقة مرنة ومبدعة ومن هنا نطرح الإشكالية التالية: فيما تتمثل تجليات المرح في العمل الإذاعي من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما دور المرح في المؤسسة الإعلامية، وما هي وظائفه؟
- 2- كيف يتحقق المرح في برامج إذاعة مستغانم؟

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب موضوعية:

- أهمية موضوع المرح داخل المؤسسة في تخصصنا
- أهمية موضوع المرح داخل المؤسسة واقعياً في مؤسساتنا
- أهمية الأثر الذي يحدثه المرح داخل المؤسسة
- قلة الدراسات حول موضوع المرح داخل المؤسسة.

أسباب ذاتية:

- حب الاستطلاع لمعرفة آثار المرح داخل المؤسسة
- الميل الشخصي للاكتشاف والبحث حول المرح داخل المؤسسة
- الرغبة في دراسة دور ووظيفة المرح داخل المؤسسة

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

- معرفة انعكاسات المرح داخل المؤسسة وتجلياته.
- التعرف على دور ووظيفة المرح داخل المؤسسة
- الوقوف عن قرب على مظهرات المرح بين الطاقم الإذاعي والمستمعين

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في إبراز توظيف المرح داخل الإذاعة والذي يعتبر متغير مهم لأنه يتحكم في بيئة العمل ويؤثر على الطاقم الإذاعي والتقني، مما ينعكس على تفاعل المستمعين. إذ أنها من بين المواضيع الجديدة التي تستدعي الاهتمام والبحث.

المرتکز النظري للدراسة:

هو قاعدة البحث النظري، يركز عليها الوصف ومنها ينطلق التحليل، والجدير بالذكر أنه لا يوجد إطار نظري واحد موحد، فلكل بحث علمي إطاره النظري الخاص يعمل على صياغته من طرف الباحث انطلاقاً من موضوع البحث وإشكاليته فالإطار النظري للبحث يعكس تماسكاً في التحليل والصرامة في الصياغة، كما يعكس إيجاباً على توجه البحث على الصعيد المنهجي، وهذا ما أكده عالم الاجتماع "pierre Bourdieu" حيث اعتبر أن¹ الباحث الذي يعلم ماذا يريد من خلال الأسئلة التي طرحها، سوف يعلم كيف يطرح الأسئلة بشكل أفضل، ذلك أن المعرفة النظرية تسبق المعرفة المنهجية لكونها أعم وأشمل

اعتمدنا في دراستنا هذه على نظرية التناغم والتجاذب المعرفي حيث تقوم هذه النظرية المعرفي أن الإنسان يصل إلى تقدير الآراء والمعتقدات التي توافق آراءه وأفكاره ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق ويقل بنقصانه وهذا ما جسده في دراستنا المرح داخل المؤسسة الإعلامية.

¹ عبد الغني عماد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، الإشكاليات، التقنيات، المقاربات، الدار للطباعة والنشر، ط1، بيروت 2008 ص128

مفهوم نظرية التناغم المعرفي:

تفترض نظرية التناغم والتناغم المعرفي التي أسسها باحث علم النفس "ليون فيستنجر Leon Festinger" أنّ الأفراد يميلون إلى الحفاظ على اعتقاداتهم وسلوكهم وقيمهم في حال من التناغم، مما تجسده في دراستنا هذه، الإذاعات المحلية والوطنية في تكريس وتجسيد القيم لدى المستمعين.

تحديد المفاهيم:

يعد المفهوم تصور نظري، يهدف من خلاله الباحث إلى ضبط فكرة ما، فالمفهوم ليس فكرة ثابتة غير قابلة للتبدل والتحول بل يتغير تبعاً للواقع الاجتماعي.

المفاهيم النظرية: تعني التحديدات المجردة التي صاغها المنظر العلمي، وباتت متفق عليها من طرف الباحثين المتخصصين في ذلك المجال.

المفاهيم الإجرائية: أو التعريفات الإجرائية أي معاني المفردات المشتقات من واقع البحث والتي تملك بعض الخصوصية الاجتماعية، وتنقسم إلى بعد ومؤشر قابل للمعاينة والقياس.

(1) مفهوم المرح:

اصطلاحاً: هو أي أنشطة اجتماعية أو شخصية مهمة في العمل ذات طبيعة مرحة وترفيهية أما Hutchison يعرفه بأنه بيئة العمل التي تشجع وتدعم مجموعة متنوعة من الأنشطة الممتعة وتشمل جوانب المتعة عناصر مثل الأنشطة الترفيهية، الالتقاء بالزملاء في العمل، الحريات الشخصية ومسؤوليات الوظيفة الممتعة حيث أن الموظفين والعمال داخل المؤسسة يحققون التوافق المعرفي فهنا تكون الإدارة والموظفين على توافق عندما يوظفون المرح هنا تكون بيئة العمل ممتعة للموظفين ويشعرون بالاستمتاع والراحة أثناء أداء العمل ، حيث أن الموظفين يشعرون بالتقدير للإدارة حيث تكون متوافقة مع آراءهم وسلوكياتهم بالمرح أثناء العمل داخل المؤسسة.

التعريف الإجرائي: المرح هو كسر الحاجز بين المذيعين والمستمعين والتواصل بأريحية بين الأسرة الإعلامية لإذاعة مستغانم، مما ينعكس على تصميم المضامين الإذاعية في الشبكات البرمجية.

(2) المؤشرات والأبعاد الخاصة بالمرح :

المرح يشمل:

مؤشراته:

- ← الذكاء اللغوي (التكيف السلوكي لكل شرائح المنتمين)
- ← مهارات التواصل
- ← خفة الظل وجمال الوجدان (الروح)
- ← سرعة التكيف للترفيه وبالترفيه

بعد معرفي:

مؤشراته:

- ← توظيف القدوة في المضامين الإعلامية الترفيهية - الثقة
- ← Renforce L'esprit D'équipe
- ← ينمي الاهتمام بالإذاعة / يثير حب الاستماع

بعد قيمي:

مؤشراته:

- ← الترفيه / توظيف الضحك النكتة، خفة الروح
- ← الرسائل الإعلامية
- ← التخفيف والتنفس على المستمعين (البهجة)
- ← التحفيز / إدارة النشاط
- ← تطويق طابوهات مجتمعية بصفة سلسلة

بعد وظيفي :

مؤشراته:

- ← التجاوب لجمهور المستمعين
- ← كثرة الاتصالات للمستمعين
- ← ردود الأفعال (+) ايجابية (الصدى)

بعد اتصالي:

مؤشراته:

- ← المضامين المكيفة
- ← طرق تقديمها على الأثير
- ← شخصية القائم بالاتصال (أمينة المنشطة)
- ← استعمال اللغة المكيفة

بعد بنيوي:

منهج الدراسة :

المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لبحثية من أجل اكتشاف الحقيقة، فهو بذلك يكتسي أهمية بالغة في تحديد صفة النتائج وموضوعاتها، كما يتطلب إقامة علاقة قوية مع موضوع البحث.

يعرف المنهج بمجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، فهو يساعد الباحث في ضبط أبعاد مساعي كثيرة، فكل منهج يلاءم طبيعة موضوع ما¹ واعتمدنا في دراستنا هذه على منهج دراسة الحالة وذلك راجع لطبيعة الموضوع. حيث يهتم منهج دراسة الحالة بتجميع الجوانب المتعلقة بشيء، أو موقف أو مؤسسة، أو فرد كوحدة للدراسة، ويقوم المنهج الخاص بدراسة الحالة على التعمق في دراسة المعلومات المتعلقة بالمرح وتوظيفه في برامج المؤسسة الإعلامية: إذاعة الظهرة مستغانم نموذجا حيث يمكننا هذا المنهج بالدراسة والتحكم في العوامل، وتبيان الآليات الموظفة ومآلاها للخروج بنتائج مضبوطة.

أدوات جمع البيانات:

إن أدوات جمع البيانات تسمح بجمع المعلومات من أرض الواقع، ومن مجتمع البحث، وفي العلوم الإنسانية والاجتماعية توجد العديد من الأدوات التي يعتمد عليها الباحثون في جمع المعطيات وتعرف الأداة: على أنها "الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها، وهناك كثير من الوسائل والأدوات التي تستخدم في الحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد"². وقد اعتمدنا على أداتين في بحثنا هذا هما:

الملاحظة العلمية: تعتبر الملاحظة المباشرة وسيلة هامة من وسائل تجميع البيانات، ذلك لأنها تسهم إسهاما أساسيا في البحث الميداني، وهناك معلومات يمكن للباحث أن يحصل عليها بالفحص المباشر، وذلك عندما يكون الأمر متعلقا بالأشياء المادية، والنماذج، وفي هذه الحالة فإن العملية

¹ رشيد زوالي، تدريبات على منهجية البحث العلمي، دار الكتاب، الجزائر، 2004، ص170.

² محمد شقيف، البحث العلمي "الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1996م، ص112.

تكون بسيطة نسبياً، حيث تتضمن التصنيف والقياس والعدد، وقد يتبادر إلى الذهن أن الملاحظة غير مخططة، على العكس من ذلك فإن الملاحظة كأسلوب بحث، يجب أن تكون مركزة بعناية، وأن تكون موجهة لغرض محدد وأن تكون منظمة، وأن تسجل بدقة وحرص كل التفاصيل، والملاحظة شأنها في ذلك شأن أساليب البحث الأخرى، التي يجب أن تخضع للضوابط العادية كالدقة والصحة والثقة¹

ولقد استخدمنا الملاحظة بالمشاركة في ملاحظة تجليات المرح داخل المؤسسة وتأثيره في بيئة العمل.

المقابلة: تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية. وتعد أكثر الوسائل لجمع المعلومات شيوعاً وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث والمقابلة ليست بسيطة بل مسألة فنية «وتعرف بأنها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث عملي أو الاستعانة بها في عمليات التوجيه والتشخيص والعلاج»، وأنواعها مسحية تشخيصية، علاجية، توجيهية أو إرشادية. المقابلات الشخصية أساليب شفوية تكون مباشرة أو عن طريق الهاتف أو مسجلة تقنيا لجمع البيانات تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد الذين تم سحبهم بكيفية منعزلة غير أنها تستعمل في بعض الحالات إزاء المجموعات من أجل استجوابهم بطريقة نصف موجهة والقيام بسحب عينة كيفية بهدف التعرف بعمق على المستجوبين²

ولقد استخدمنا أداة المقابلة من خلال مقابلة الموظفين داخل المؤسسة في إذاعة مستغانم وطرح أسئلة على المذيعة "أمينة دايم" باعتبارها العينة التي تمثل حالة دراستنا، لأجل جمع البيانات حول موضوع المرح داخل الإذاعة المحلية.

¹ احمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1982، ط6 ص 354
² عمار بوحوش ومحمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي، مكتبة المنار، الأردن، 1989، ط1، ص 75، 76

مجتمع الدراسة وعينة البحث:

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات وهو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي¹.

يتمثل مجتمع البحث في دراستنا في عمال إذاعة مستغانم

العينة هي مجموعة من العمليات التي تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة وهي مجموعة من الوحدات المستخرجة من مجتمع بحثي واحد والتي تتوفر على تلك المتغيرات التي يريد الباحث أن يدرسها وقد تضم العينة وحدة معاينة واحدة أو كل وحدات المعاينة²

وقد اعتمدنا في بحثنا على العينة القصدية وتعرف تحت أسماء متعددة منها العينة العرضية، أو العينة العمدية، العينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية، لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداته بطريقة مباشرة³.

تتمثل عينة الدراسة في شخص المذيعة "أمينة دايم" وبرنامجها "صباح الخير مستغانم" بإذاعة مستغانم

¹ موريس انجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، د ط، ص 298

² سعد الحاج بن جخل، العينة والمعاينة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2019، ط 1، ص 14

³ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ط 4، ص 197

الإطار النظري

الفصل الأول:

العروح داخل المؤسسة

الإعلامية

تمهيد:

إن المرح بمثابة الرابط الاجتماعي الذي يعمل على تقوية أوصل العلاقات بين أفراد الفريق الإعلامي، حيث انه تولد الثقة اللازمة التي تمكن أفراد المؤسسة من أداء العمل الجماعي بصورة أفضل كما أنه يخفف من حدة التوتر الطبيعي الذي ينشأ بينهم نتيجة العمل معا ومن ثم فهو يمثل الحجر الأساسي بين فريق العمل الذي يسعى إلى تحقيق هدف أسمى مع أهدافها الخاصة.

1. مفهوم المرح داخل المؤسسة الإعلامية:

يعدّ المرح أحد العناصر الحيوية والأساسية في حياة الإنسان ولكننا غالباً لا نعيه حقه من الاهتمام ونهمله، فقد نشأت على أنّ الضحك والمرح واللعب تصرفات طفولية غير مسؤولة، وأيضاً غير مناسبة لأماكن العمل لكن لا شيء أبعد من هذا عن الصواب حيث يتمثل أحد مؤشرات بداية معظم الأمراض النفسية في أن يفقد الإنسان شعوره بالسعادة لكونه مازال حياً: "المستشار الساخر والكاتب صاحب أفضل البيعات" ميكتاف" في مجلة HR. FOCUS الصادرة في فبراير سنة 1993. كما أنّ المرح والفكاهة يساعدان الأفراد على اجتياز الأزمات والتغيرات فهما يعملان على التخفيف من حدة التوتر، كما أنهما يزيدان من قدرة الموظفين على تحمل ضغط العمل وكذلك قدرتهم على التصرف بطريقة مرنة ومبدعة ومتجددة تحت وطأة الضغوط، كما أنهما من السمات الرئيسية لثقافة العمل القوية والمرنة، تتميز المؤسسات التي قامت بإضفاء روح المرح على العمل بانخفاض معدلات تخبّيب موظفيها وارتفاع نسبة الرضا الوظيفي الذي يصاحبه زيادة الإنتاجية وكذلك انخفاض فترات التوقف عن العمل، ينتشر المرح وما ينتجه من طاقة داخل الإنسان كانتشار العدوى، ولهذا يعدّ المرح جزء لا يتجزأ من ثقافة العمل.

فالمرح يساهم في توفير بيئة تفرز ما نسميه باحتياجات الأفراد الأمر الذي لا يقدر بثمن لأنّ بيئة العمل التي يغلب عليها روح المرح تسمح بالتعبير عن نفسك بحرية وبطريقة ملائمة على نحو يعطيك إحساساً بالراحة ويربط بين الموظفين (فابيان دي روزاريو).¹

¹ المرجع: حصريات مجلة الابتسامة **شهر يونيو 2015** الناشر: دار الفاروق للاستشارات الثقافية ص 11

2. دور المرح في المؤسسة الإعلامية: (الإذاعة):

يحقق المرح في المرء الشعور بالرضا عن الدور الذي يقوم به في المؤسسة الإعلامية، كما أنه هناك من يظن أن نشر المرح وإشاعة البهجة تتعارض مع الجدية والتركيز هذا مفهوم خاطئ يجب أن نلغيه ، حيث أن البعض يعتبرون الموظف في حالة استرخاء ومزاح. إن إذاعة مستغانم وباعتبارها مؤسسة إعلامية لا تختلف عن بقية المؤسسات في حاجتها لوجود أجواء مرحة لما لها من تأثير إيجابي في رفع من وتيرة العمل وتجاوز مختلف المعوقات التي قد تؤثر على صورة العمل داخل المؤسسة ، حيث ان المرح في الإذاعة يساهم في توطيد العلاقات بين مختلف عمالها ومستمعيها، مما ينعكس بالإيجاب على هذه المؤسسة مما ساهم في تطورها وانتقالها في ظرف زمني وجيز من إذاعة ناشئة تغطي حيزا جغرافيا وزمنا ضيقا الى محطة وطنية تغطي منطقة جغرافية واسعة على مدار 24 ساعة خلال كامل أيام الأسبوع ولا تقتصر الحاجة للمرح داخل إذاعة مستغانم على عمالها فقط بل تشمل أيضا ضيوفها على اختلاف فئاتهم سواء أولئك الذين تتم استضافتهم في برامج الإذاعة بالأخص الذين يتوافدون عليها بشكل متواصل وهو ما يخلق علاقة شراكة وطيدة بين الإذاعة ومختلف الفئات التي يمثلها هؤلاء الضيوف والذين تستقبلهم للقيام بتربصات ميدانية داخل الإذاعة وعلى وجه التحديد طلبة شعبة الاعلام والاتصال حيث ان المرح يسهل من اندماجهم فيها وتعودهم عليها بشكل سريع مع ما ينجز عن ذلك من تسهيل مجريات تربصاتهم بشكل يؤثر إيجابا على تحصيلهم المعرفي.

3. الوظيفة الترفيهية للمرح داخل المؤسسة الإعلامية:

يشير (Cropanzano & Wright) الى ان الافراد الأكثر رفاهية في العمل هم أكثر استفادة من الفرص المتاحة في بيئات عملهم وكذلك هم أكثر مساعدة لزملائهم في العمل وأكثر ثقة وتفاؤل¹

¹ مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في شعبة: علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، من اعداد "نايلي نصيرة" تحت اشراف الدكتورة "شبيلي وهبة" بعنوان : جودة الحياة الوظيفية وعلاقتها بالرفاعية في العمل "دراسة ميدانية بمقر الولاية مسيلة" ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، سنة 2022 .

اذ ان تحقيق المرح داخل العمل، له تأثير واضح وملحوس في السلوكيات داخل بيئة العمل، مما ينعكس ذلك في المخرجات التنظيمية ونتاجية المنظمة وفعالية أدائها.

واستنادا الى الدراسات التي أجريت الى ان المنظمات الأكثر تحقيقا للرفاهية في العمل تتمتع بالآتي:

- _ العاملون هم الأكثر ابداعا ن وقادرين على احداث لتغيير الإيجابي.
- _ يوجه العاملون فيها على القيام (بأفضل ما يمكن) وليس فقط حل المشكلات.
- _ تشجيع العمل الجماعي والرؤية الإيجابية.
- _ القادة يعملون على خلق بيئة عمل تعزز التعاون داخل المنظمة.

4. مظاهر المرح داخل المؤسسة الإعلامية:

تتنوع مظاهر المرح في إذاعة مستغانم ويمكن تلخيصها في¹:

- 1- **فعاليات الترفيه والاحتفالات:** تنظيم فعاليات مثل احتفالات عيد المرأة والتجمعات الاجتماعية والرحلات الخارجية التي تقوم بتنظيمها مديرة الإذاعة تساعد في تعزيز التواصل بين المواطنين وانشاء ذكريات إيجابية
- 2- **الألعاب والتحديات:** تنظيم مسابقات والالعاب مثل لعب الأدوار او الألعاب الرياضية داخل المكتب وتحديات إبداعية مثل تطوير أفكار برامج إبداعية جديدة يمكن ان يكون من مظاهر المرح في العمل
- 3- **الاجتماعات الغير رسمية وجلسات فريدة من نوعها:** تنظيم الجلسات الغير رسمية للمناقشة حول مواضيع مختلفة او اجتماعات فريدة من نوعها مثل الإفطار معا يمكن ان يساهم في خلق جو من المرح والتفاعل الإيجابي.
- 4- **النكت والضحك:** يمكن للنكت الخفيفة والضحك ان يكون وسيلة فعالة لخلق جو مرح في العمل مع مراعاة عدم التجاوز في استخدامها.
- 5- **التعاون والدعم المتبادل:** تشجيع التعاون والتبادل الدعم بين الموظفين يمكن ان يخلق جوا إيجابيا ومرحا داخل المؤسسة الإعلامية.

¹ دور النكت في الإدارة، رؤية جديدة الأستاذ الدكتور عبد الله بن عبد الكريم السالم، قسم الإدارة العامة - كلية الاقتصاد والإدارة - عبد العزيز جدة، ص143

هذه المظاهر هي التي يمكن ان تساعد في توفير بيئة عمل مرحة وإيجابية داخل المؤسسة الإعلامية (الإذاعة) مما يساهم في تعزيز روح الفريق وزيادة الإنتاجية.

خاتمة الفصل الأول:

إن عنصر المرح من العناصر الأساسية في العمل في المؤسسات الإعلامية رغم اننا نهمله في كثير من الأحيان ونعتبره تصرف صبياني الا انه اثبت بالدراسة أنه فعال، فالمؤسسات التي تعتمد عليه تزداد مردوديتها وفعاليتها، فالمؤسسة الإعلامية الاذاعية او التلفزيونية أصبحت تعتمد على العمال الأكثر تجاوبا مع المستمعين إذ ينبغي على الإذاعة أن تختار الفريق المكلف بالبث الاذاعي حسب الكفاءة المهنية ومدى القدرة على التواصل بين المؤسسة والمستمعين.

الفصل الثاني:

الروح والأداء الوظيفي في

المؤسسة الإعلامية

تمهيد

يشير المرح داخل إذاعة مستغانم الى بيئة عمل ممتعة حيث يشجع الموظفون على مزيد من التفاعل بشكل إيجابي والابداع والتعاون مما يؤدي الى زيادة الإنتاجية والرضا عن العمل، ويمكن أن يشمل ذلك الفعاليات الترفيهية والتحديات الإبداعية والتفاعل الاجتماعي بين الزملاء وغيرها من الأنشطة التي تعزز الروح العضوية وتخلق بيئة عمل مرحة.

1. تعريف الأداء الوظيفي:

الأداء الوظيفي مصطلح متعدد المكونات، وعلى مستوى الأساس يمكن تمييز الجانب العملياتي له على اعتبار انه مجموعة عمليات سلوكية وظيفية تؤدي الى نتيجة متوقعة ، ويشير السلوك هنا الى التصرف الذي يظهره الفرد لإنجاز العمل (Rabindra et lalatendu, 2016 p.03) ، كما يرى Thomas Gilbert بأنه لا يجوز الخلط بين السلوك وبين الإنجاز والأداء ، وذلك أن السلوك هو ما يقوم به الافراد اعمال في المؤسسة التي يعملون بها ، أما الأداء فهو ما يبقى من أثر أو نتائج بعد أن يتوقف الافراد عن العمل أي أنه مخرج او نتاج ، او النتائج ، اما الأداء فهو التفاعل بين السلوك والانجاز معا ، أي انه مجموع السلوك والنتائج التي تحققت معا.

حدد Robin واخرون ثلاثة أنواع للسلوك التي تشكل الأداء الوظيفي: الأول هو أداء المهام والمقصود به أداء الواجبات والمسؤوليات التي تساهم في انتاج سلعة او خدمة او مهام إدارية، النوع الثاني هو المواطنة ويعبر عنها بالإجراءات التي تساهم في بناء البيئة النفسية للمؤسسة، مثل مساعدة الاخرين عند الحاجة ودون امر من المسؤولين، ودعم الأهداف التنظيمية، ومعاملة زملاء العمل باحترام.

النوع الثالث هو السلوك السلبي على الذي يؤدي الى إنتاجية معاكسة وهو عبارة عن الأفعال التي تضر بنشاط) المؤسسة، وتشمل هذه الأفعال سرقة ممتلكات المؤسسة واتلافها، والتصرف بخشونة تجاه العمال.

¹مجلة الاستراتيجية والتنمية، مجلد 11 / العدد 02 فيفري 2021، السعادة الوظيفية وأثرها على الأداء الوظيفي، د. مانع فاطمة بوهراوة زورة صفحة 397.

والأداء ليس مجرد ظاهرة فردية، كون الفرد لا يعمل بمعزل عن الجماعة او عن المؤسسة كما تشير التعاريف السابقة الذكر، فهو أيضا له ارتباط بأداء المجموعة والمؤسسة ككل.

2. تأثير المرح في الأداء الوظيفي:

المتعة والمرح مطلب جميع العاملين فان استطعنا التوازن بين حب العمل واحترامه والالتزام به وبين إضفاء الجو اللطيف والبسمة في بيئة العمل، حيث ان هناك تأثيرات ثمينة للمرح اثناء العمل من أبرزها¹:

- يؤدي الى زيادة معدل الإنتاجية في العمل
- يعزز تماسك روح الفريق
- المرح يجعل الانسان محبوبا بين الناس

3. نظريات الفكاهة التنظيمية:

يمكن ان تساعد خمس نظريات أولية في تفسير اثار الفكاهة على الاخرين:

أولا: نظرية التفوق Superiority Theory

تصنف نظرية التفوق الفكاهة بانها " طريقة لتحقيق الهيمنة حيث يعتقد ان استخدام الفكاهة ناتج عن الشعور بالهيمنة على الاخرين والذي يتحقق من خلال الضحك على حساب الاخرين بقصد خلق مشاعر اذلال الاخرين، سواء على المستوى الفردي او الجماعي. تصف نظرية التفوق جاذبية الفكاهة بانها في الأساس طريقة يضع فيها المرء نفسه فوق الاخرين، سواء على المستوى الفردي او الجماعي (Hughes ,W ,,and Avery, I ,B (2009)

¹ <https://musteme.com>

تصف نظرية التفوق الفكاهة العدوانية أكثر من اية نظريات أخرى، كأسلوب موجه للأخر وسلبى، كما تقدم هذه النظرية الية مقدمة لتوضيح سبب جذب القادة لاستخدام العدوانية..

Lenette(J..2018)

ثانيا: نظرية الإغاثة Relief Theory

تقدم نظرية الإغاثة تفسيراً أكثر إيجابية لجاذبية الفكاهة والعمل في كل من الظروف المهنية والشخصية حيث تفترض هذه النظرية ان الفكاهة هي استجابة تلقائية ناتجة عن الية دفاعية لمساعدة الافراد على التعامل مع المواقف العصبية حيث يمكن للفكاهة في الوقت المناسب نزع فتيل الموقف المتوتر من خلال مساعدة الافراد على ادراك انهم قد يأخذون مشكلة او موقف على محمل الجد " Hayat .S,C,et .al (2012) ، قد تبدو أنماط الفكاهة التي تنتقد الذات والتناغم أكثر انسجاماً مع هذا منظور هذه النظرية ، نظراً لأنها أكثر أنواع الفكاهة المعززة للذات ستمتأشى أيضاً مع هذه النظرية فقد يستخدم القائد الفكاهة العدوانية للتحقير من الآخرين كطريقة للدفاع عن نفسه ، او يمكنه ان يستخدم فكاهة التالف باعتبارها للتعبير عن فرحتهم ، ومع ذلك : في حين ان استخدام الفكاهة العدوانية قد يجعل المرسل يشعر بالتحسن ، الا انه قد يزيد من التوتر في المستمع . (Sophia I (Hsuan Liu.M.A.2020)

ثالثاً: نظرية التناقض Incongruity Theory

تؤكد نظرية التناقض على حافز الفكاهة ، حيث تنتج الفكاهة عن المفاجآت والظروف الاستثنائية، ويكمن ان يكون ذلك في ظروف مهنية او شخصية، احدى الطرق التي يحدث بها ذلك هي عندما يدرك الفرد ان حالة ما لها في نفس الوقت اطاران غير متوافقين من التوجيه ويجد الفكاهة في تناقض قد ينشأ أي أسلوب فكاهي من التناقض ، على سبيل المثال : يمكن ان تنشأ الفكاهة العدوانية من الاستهزاء بالآخرين لتصرفهم بطريقة تتعارض بوضوح مع مواقفهم او قيمهم المعلنة ، وعلى

العكس من ذلك ، قد تنشأ الفكاهة المعززة للذات من موقف تجاوز فيه الشخص ما يعتقد انه ممكن، هنا: يصبح التناقض مضحكا بينما يروج للذات أيضا. (Foot .H.(Ed.) ..2017).

رابعا: نظرية الفهم –التفصيل Comprehension –Elaboration Theory

تركز نظرية الفهم –التفصيل على تفسير محفز الفكاهة والتوضيح المعرفي من تضمين حدث ما وتدمج هذه النظرية الافتراضات التي قدمتها نظرية التنافر وتطورها الى نظرية اكثر اكتمالا لأصل الفكاهة .هناك مرحلتان في هذه النظرية : الفهم والتوضيح ، يتضمن الفهم اكتشاف وحل عدم ملاءمة الفكاهة بينما يتضمن التفصيل تشجيع تجربة الفكاهة من خلال تقييم مدى ملائمة القائد الذي استخدم الفكاهة ، هذه النظرية لها أهمية كبرى في مكان العمل حيث يوجد ضغط إضافي للتصرف بطرق مناسبة وعواقب اكبر اذا فشلت في التصرف بالطرق المتوقعة ، تشير الى فكاهاة الناجحة الى ان الاتصال الذي بدأه المتحدث واستقبله المستمع ينتج نفس التسلية المتصورة لكلا الطرفين، (Liu.S.I.H.2020)

4. العوامل المساعدة على بيئة مرحلة في الإذاعة:¹

توجد عدة عوامل مساعدة في خلق بيئة مرحلة داخل المؤسسة الإعلامية وهي:

- 1- القيادة الإيجابية: القادة الذين يظهرون الحماس والتفاؤل ويشجعون على التعاون والابداع يمكن ان يلعب دورا كبيرا في خلق بيئة عمل مرحلة
- 2- ثقافة الشفافية والتواصل المفتوح: عندما يشعر الموظفون بالثقة في مشاركة أفكارهم ومخاوفهم بحرية فان هذا يساهم في خلق بيئة مرحلة حيث يمكن للجميع التفاعل والتعاون بحرية
- 3- التقدير والاعتراف بالإنجازات: يشعر الموظفون بالمرح عندما يتم التقدير والاعتراف بجهودهم وانجازاتهم من خلال المكافآت
- 4- التنوع والشمولية: إدارة مؤسسة إعلامية تحترم التنوع والشمولية تساهم في خلق بيئة عمل مرحلة وملهمة حيث يشعر الموظفون بالانتماء والاحترام.

¹ مجلة الاستراتيجية والتنمية السعادة الوظيفية وأثرها على الأداء الوظيفي –مانع فاطمة بوهراوة زورة، ص395-396.

5-التوازن بين العمل والحياة الشخصية: توفير فرص للراحة والاسترخاء داخل المؤسسة الإعلامية وتشجيع الموظفين على الاهتمام بصحتهم النفسية والجسدية يعزز من مستوى المرح والراحة في العمل.

6-التفاعل الاجتماعي: تنظيم فعاليات اجتماعية وفرص للتفاعل بين الموظفين خارج بيئة العمل يساهم في بناء علاقات قوية وتعزيز الروح المعنوية باختصار عندما تتوفر هذه العوامل داخل المؤسسة الإعلامية يصبح من السهل خلق بيئة مرحة تعزز الإنتاجية والسعادة لدى الموظفين.

خاتمة الفصل الثاني:

المؤسسة الإعلامية هي البيت الأساسي الذي يقدم فيه الإعلامي ابداعاته ونشاطه مرفقا بالبرامج المتنوعة التي ينشطها وتختلف هذه المؤسسات من ناحية الحجم والعمل الوظيفي وكذا طريقة التواصل كالسمعي البصري او المكتوب او السمعي كالإذاعة والتي يقاس حجمها حسب الحجم الساعي والتوسع الجغرافي للبت فالمؤسسة الإعلامية أصبحت تعتمد على الإعلاميين المرشحين وتنوع النشاطات الثقافية وتعتمد على العمال الأكثر مرحا لانهم الأكثر نشاطا دائما والأكثر تفاعلا مع المستمعين.

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي:

1. بطاقة تقنية للإذاعة:

- التسمية : إذاعة مستغانم الجهوية.

-الموقع : تقع إذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم، وتبعد عن مقر الولاية ب 03 كم.

المقر :تم استلام المقر الجديد لإذاعة مستغانم، وتدشينه بصفة رسمية يوم 16 ديسمبر 2020 بمناسبة ذكرى صوت الإذاعة الحرة المكافحة.

تفاصيل المقر:

الاستقبال/على اليسار: مكتب المديرية والسكرتارية مكتب رئيسة مصلحة الإدارة، قاعة الاجتماعات. على اليمين: مكتب السمعي البصري، مكتب الاشهار، مكتب الأرشيف، مخزن ومكتب نقابة المؤسسة.

الطابق العلوي: على اليمين: مكتب رئيس مصلحة الاخبار، مكتب رئيسة مصلحة الإنتاج، قاعة

الإنتاج، قاعة التحرير /على اليسار: استديو البث استديو الإنتاج، كابين cdm.

تاريخ الإنشاء :دشنت إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فبراير 2004 من طرف رئيس الجمهورية السابق السيد عبد العزيز بوتفليقة.

الهاتف /الفاكس :045.413.636/045.413.989

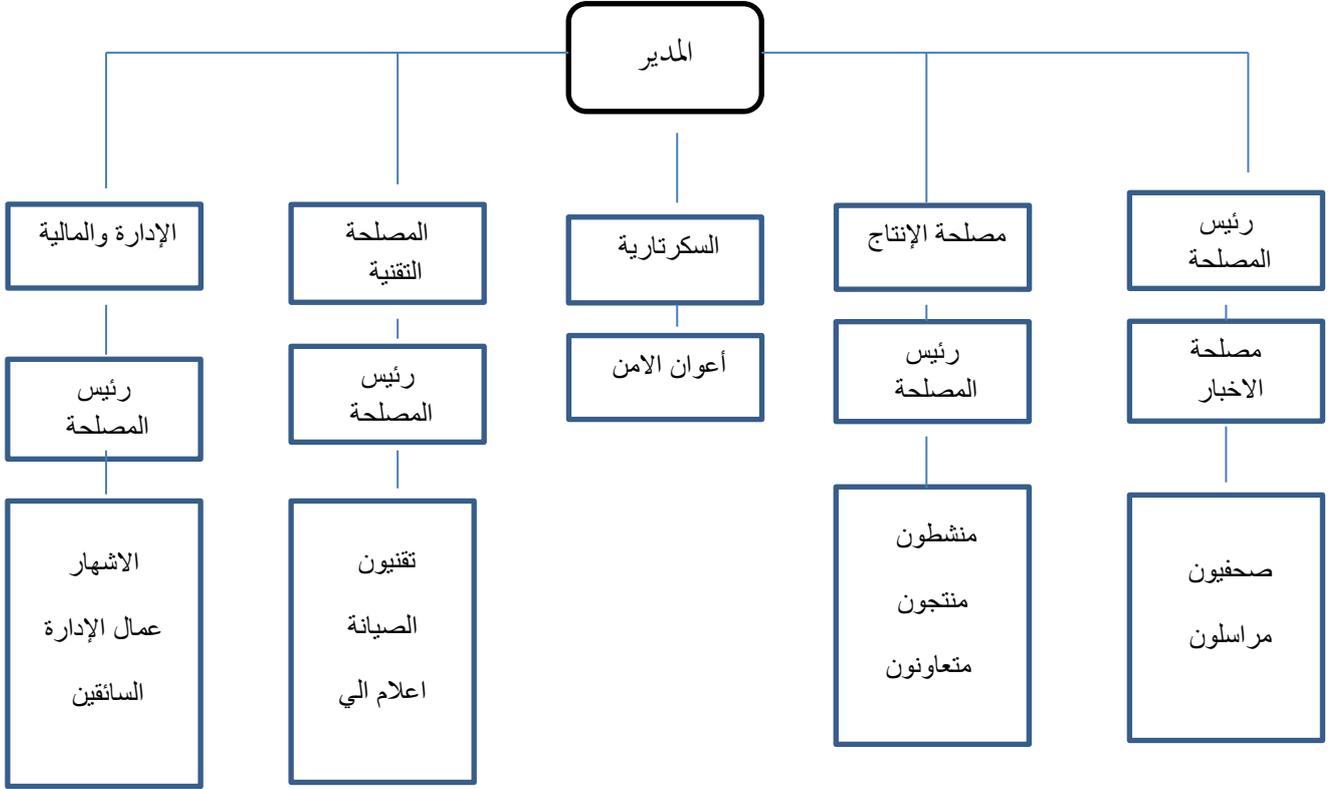
البريد الإلكتروني: radiodemostaganem@yahoo.fr

الموقع الإلكتروني: www.radiomostaganem.net

الصفحة على الفايسبوك: facebook.com/radio.mostaganem27

المدير: طاهر شراد.

الهيكل التنظيمي للمؤسسة:



• القسم الأول: عرض عام للمؤسسة

▪ ماهية المؤسسة:

أ-التعريف بالمؤسسة:

الإذاعة الجزائرية هي مؤسسة عمومية تابعة للإذاعة الوطنية، تسعى الى تقديم الخدمة الإعلامية للمواطنين.

وتعد من بين أهم المؤسسات الاذاعية إذاعة مستغانم الجهوية، حيث تم افتتاحها في 10 فبراير 2004، تقع في بلدية مستغانم وتبعد ب 3 كيلومتر عن مقر الولاية.

تم استلام المقر الجديد لإذاعة مستغانم، وتدشينه بصفة رسمية يوم 16 ديسمبر 2020 بمناسبة ذكرى صوت الإذاعة الحرة المكافحة، ويقع المقر الجديد أيضا ببلدية مستغانم تحديدا في 5جويلية.

ب-الأقسام والهيكل التنظيمي للمؤسسة

تتكون إذاعة مستغانم كباقي المؤسسات من هرم تنظيمي يبين توزيع المصالح والمهام حيث تقسم إذاعة مستغانم الى أربعة مصالح:

-مصلحة الاخبار

-مصلحة الإنتاج

-المصلحة التقنية

-الإدارة والمالية

ج-رؤساء المصالح:

-مولود بعلي / رئيس مصلحة الاخبار

-زكية زهور بن صالح /رئيسة مصلحة التقنية.

-شريف أحمد مباركي /رئيس مصلحة التقنية.

-آسيا بوطارة /رئيسة مصلحة الإدارة والمالية.

-عدد العمال: 01+45

03 إداريين +09 صحفيين +10 تقنيين +16 قسم الإخراج والتشيط +03 سائقين + 05 أعوان امن ووقاية +01 عون نظافة.

تطور حجم البث (حجم البث الساعي منذ تاريخ إنشاء الإذاعة):

انطلق بث الإذاعة مستغانم الجهوية يوم 10 فبراير 2004 بأربع ساعات من التاسعة صباحا الى الثالثة زوالا، ثم الى ثماني ساعات سنة 2005 من التاسعة صباحا الى الثامنة مساء. ليرتفع بعدها الى 12 ساعة عام 2006 من السادسة صباحا الى السابعة ونصف مساء. في سنة 2021 تم اختيار إذاعة مستغانم ضمن مجموعة قليلة جدا من الإذاعات الجهوية لتمديد البث وتواصل العمل 24 ساعة، وهو التحدي الذي رفعه الطاقم بنفس العدة والعتاد وبإرادة أكبر.

د-مكتسبات:

حصلت إذاعة مستغانم على أربع ميكروفونات ذهبية ضمن الجائزة الوطنية الميكروفون الذهبي.

1-أحسن حصة ثقافية (المداحات) العام 2006.

2-أحسن تحقيق صحفي لمرتين:

○ 2008 حول موضوع (المنشطات في عالم الرياضة).

○ 2009 حول أحسن تحقيق صحفي حول سوء التكفل (أخطر من المرض).

○ أحسن حصة حوارية العام 2009، الموضوع (اعجاز الرياضي في القرآن الكريم).

هـ-وضعية التجهيزات التقنية:

تجهيزات رقمية حديثة (أستوديوهات + نظام سمعي بصري).

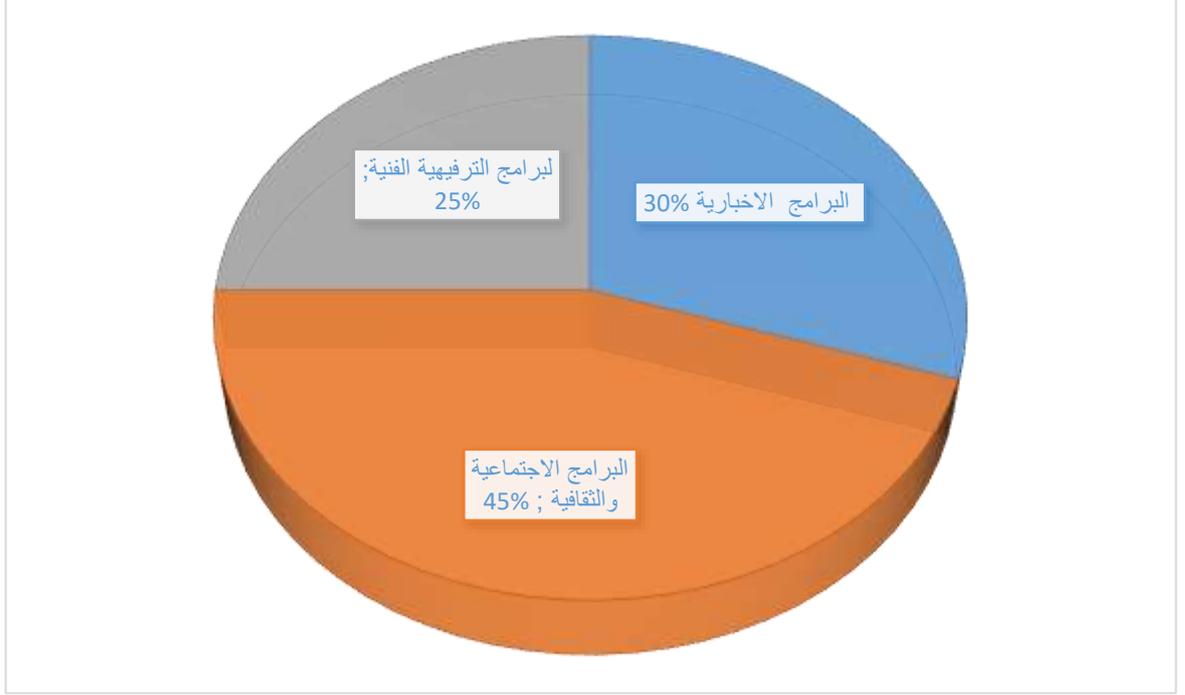
النسب المئوية للشبكة البرمجية:

-البرامج الإخبارية: 30%

-البرامج الاجتماعية والثقافية: 45%

-البرامج الترفيهية الفنية: 25%

النسب المئوية للشبكة البرمجية لإذاعة مستغانم الجهوية



2. دليل المقابلة مع أمينة دايم:

السؤال 1: كيف يمكن أن يحفز المرح طاقم العمل التفكير الإبداعي والابتكار؟

الجواب: العمل الإذاعي وعملي كمذيعا يتطلب توفر شروط معينة من أهمها المرح فعندما نقول المرح ليس معناه الضحك المستمر أو القهقهة إلى غير ذلك لا بالعكس، المرح هو أنه كيف تقدمين عملا إذاعيا خاصة الفترة الصباحية بشكل يبعث المرح للمستمع يبعث النشاط والتفاعل عن طريق اختيارك للمواضيع والمفردات وعن طريق حضورك الصوتي وعن طريق حديثك وأنت تبسمين، كل هذه الأشياء يجب توفرها في موضوع المرح.

الفترة الصباحية في الإذاعة التي تميز عصب الإذاعة ما تسمى بفترة الذروة، الناس تستمع بشكل كبير واسع خاصة مع ولوج الإذاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فبالناتالي نحن مع المستمعين

في كل مكان ومع جميع الفئات العمرية، المذيع عندما يكون عنده ملكة المرح والطريقة في التقديم ويكون اجتماعي أكثر وهو يتحدث في أي موضوع وكيف يتواصل مع المستمعين والمستمعات أيضا كيف يتفاعلون معه في المواضيع هو بطريقة كأنها عدوى تنتشر في الأستوديو مع الفريق الذي يكون فيه تنسيق مسبق مع المخرج والتقني الشيء الذي يوفر لنا هذا الجو الذي كله مرح ويجعلنا أننا لا نشعر بمرور الوقت خلال الفترة الصباحية.

السؤال 2: كيف يساهم المرح في تشكيل ثقافة تفاعلية وداعمة بين أفراد الفريق؟ Le dynamique de groupe

الجواب: يجب أن يكون هناك كيميا أو تريو Trio بين المنشط أو المذيع والتقني والمخرج ليحدث تناسق وتجاوب وروح واحدة عندما نقول بأنها عائلتنا الثانية هي فعليا في الإذاعة لأنّ الساعات الطويلة التي نقضيها أثناء عملنا وممارستنا الإذاعية ربما تفوق ساعات تواجدنا لممارستنا لحياتنا الخاصة، لهذا ضروري جدا توفّر هذا عامل التنسيق الإبداعي والروحي الذي يكون بين طاقم العمل حتى يشعر المستمع فعندما تصرّح المذيعة على أنها في تنسيق مع التقني أو مع مخرج بطريقتها الخاصة فسوف لن نقولها بعبارة لفظية مثلا "أنا أنسق مع المخرج الفلاني" لا، فالمستمع يشعر بها ضمنا فبالتالي مثلا هذا الموضوع رأي "ميلود بوسماط" أو رأي المخرج أو رأي التقني عباس في هذا الموضوع يقول أنه ... هنا يظهر لدى المستمع أنه فيه تنسيق بين فريق العمل.

السؤال 3: كيف يمكن للبيئة المرحّة داخل المؤسسة أن تنعكس إيجابيا مع التواصل مع العمال؟

الجواب: من العدوى الجميلة التي نسميها عدوى إيجابية ولله الحمد والمنة لطالما كنت أسمعها عندما أدخل وعندما يسمعون أمينة تتحدث بشكل عفوي أكثر في الكواليس أتحدث ليس في البث أو المباشر أو في الأثير وضحكات أمينة فهذا الحمد لله يضيف نوع من الإيجابية في الإذاعة كلها نوع من المرح، فبعد أن ينتهي عملي في المباشر أنتقل إلى مكاتب الزملاء ونتحدث عن برنامج الغد وتتخللها أكيد الطرافة، التعليق على ما حدث في ذلك اليوم فالجو الذي نعطيه للمستمع الذي يكون في

الكواليس يفوق بمراحل مرح من نوع آخر هو انبساط أكثر فرح وأكثر والجدية التي تفوق كل ما ذكرت الجدية في العمل لولا توفّر روح المرحلة بين العمال فسوف لن تتحقق هذه الجدية يعني الجو الملائم لأيّ عمل إذاعي ويكون في أريحية في العمل، تكون تلك الكيمياء بين عمال الإذاعة ويكون كل طرف يكمل الآخر سوف لن تتجح أبدا في تقديم ولو معلومة بسيطة للمستمع لولا وجود هذه العدوى الإيجابية فلذلك ضروري جدا أنه هذه العدوى الإيجابية إن صحّ التعبير لا تكون في الإذاعة فقط، تكون في كل مؤسسة.

السؤال 4: من أين تأخذ أمينة دايماً تحفيزها في العمل؟

الجواب: في أي عمل وفي أي مجال حتى على مستوى الجامعة معاملة الطلبة أو معاملة الأساتذة مع الإدارة، التحفيز مهم ومهم جداً، أنا تحفيزي أخذه كل صباح مع المستمعين، الطاقة التي أخذها من كلام وإطراء وحتى الملاحظة التي أخذها من المستمعين والله هي المحفز الوحيد والدافع الوحيد حتى أقدم الأحسن كخدمة إعلامية وهي التي تعطيني مسؤولية أكبر لتقديم للمستمع ما هو أجود للمستمع للحديث على لسانه وحسب اهتماماته وانشغالاته اليومية والأمور المتعلقة بيومياتهم، فبالتالي المحفز من طرف الإدارة أو من طرف المدير وحتى جملة إطراء من طرف الزملاء أصدقكم القول مهمة ومهمة جداً أكيد تعطيني حافز لكن أتحدث من جديد كوني أمينة دايماً المحفز الأكبر أخذه من المستمعين.

السؤال 5: هل اللغة المستعملة لها دور في تعزيز المرح والترفيه في التنشيط الإذاعي؟

الجواب: اللغة بالنسبة للمذيع أو المنتج برامج أو الصحفي تختلف بينهم حديثك دائماً أنك أخذتي كنموذج أمينة دايماً كمدية، أنا اللغة التي استعملها هي اللغة الوسيطة التي تجمع بين اللغة العربية واللغة العامية المهذبة لأنك تخاطبي سيدات في المطبخ وسائق سيارة أجرة وصاحب مقهى، تخاطبي السيدة في الأرياف والطالب والنخبة يعني مجالات عديدة فعندما أستضيف طبيب مختص في طب الأطفال أم بسيطة تسمعي فيجب أن أستعمل أنا كمدية بعد أن يتحدث الطبيب بلغة علمية

والمصطلحات العلمية فيجب أن أبسطها باللغة التي تساهم في إيصال الرسالة. نتحدث الآن عن المرح، فحتى تكوني مرحة في حديثك يجب أن تكوني بلباس المستمع المرح أو بلباس المستمع البسيط الذي يستمع لك أي يجب التحدث باللغة التي يفهمها هي اللغة العامية المهدبة مع إدراج بعض الأمثال الشعبية وبعض الأمور التي لها علاقة بيومياتنا فنحن وحديثنا على هذه الأمور حتى ولو تكون مشكل اجتماعي لكن بطابع آخر هزلي هادف إن صحّ التعبير هذا يضيفي مرح خاصة في الفترة الصباحية التي أشتغل بها خاصة في فترة مدتها قليلة جدا Bon morning مدتها 20 دقيقة أو أحيانا ربع ساعة استطاعت أن تكون عندها قاعدة جماهيرية من الأطفال المتوجهين إلى المدارس من الشباب الذاهبين للجامعة من السيدات الذهابات للعمل أيضا الناس البسطاء لأنهم رأوا فيها الروح المرحة في تقديم المواضيع وفي طرحها بشكل عفوي Light وهذا يرجع إلى اللغة السليمة والطريقة المتقنة في طرح الموضوع.

السؤال 6: ما هي استراتيجيات المرح عند أمينة داييم؟

الجواب: والله سأكون صادقة لأنّ هذه الأمور حتى أنا عندما أنهى مهامى كمذيعة وأرى التعليقات التي تردني أمور غير مخطط لها، ليس هناك تخطيط ولا استراتيجية فأنا لا أقول اليوم سأكون مرحة، يجب أن أضحك كثيرا، يجب أن أقول تلك العبارة، فكلّ شيء يكون عفوي يكون جميل وكل شيء بسيط يكون أجمل وكل شيء صادق يكون ردّ فعل رائع لدى المستمع ولدى المتلقي لكن مع ذلك الاستراتيجية عموما في برنامجنا الصباحي وفي هذا الفضاء الصباحي مخطط له فريق عمل من مخرج ورئيسة مصلحة وأكد بإشراف سيّد مدير المحطة السيّد "طاهر شراد" فبالتالي التخطيط يكون للفقرات وشكلها وطبيعة المواضيع المختارة والضيوف الذين سيكونون معنا وطبيعتهم وبالتالي هذا يجب التحضير له مسبقا قبل أسبوع، لكن التخطيط لأن أكون مرحة لا أخطط لهذا الشيء بالعكس تماما بشكل لا إرادي ربما عفوي أكثر فالعفوية جعلت كلّ شيء تقوم به أمينة صادق ويصل للمستمع ولله الحمد والمنة.

السؤال 7: ما هي السياسات أو المبادرات التي يمكن اعتمادها لدمج العناصر الترفيهية أو المرح في البيئة العملية؟

الجواب: إذاعة مستغانم تسعى دائما في مختلف الشبكات البرمجية لأنه عندنا 03 شبكات التي تواكب المواسم العادية مع الدخول الاجتماعي والشبكة الرمضانية والشبكة الصيفية فكل شبكة لديها خصوصية وسياسة معتمدة من طرف المؤسسة حتى تركز على مجموعة من الأساسيات التي أهمها البرامج التفاعلية حتى يشعر المستمع أنه طرف في أي عمل وفي أي برنامج ومهم تواجهه في البرنامج وحتى الخدمات المقدمة سواء كبرنامج صباح الخير مستغانم وحتى البرامج الإخبارية التي تقدّم المسار التنموي على مستوى ولاية مستغانم هو الشغل الشاغل لدى المواطن المستغانمي ضروري جدا أنه يكون فيه توازن وانسجام ما بين البرامج الإخبارية والتفاعلية والتنموية وسأعطيك مثال على الشبكة الرمضانية التي تجمع بين البرامج الدينية والبرامج التفاعلية التي فيها من الترفيه خاصة قبل الإفطار، في الشبكة الصيفية كذلك يكون هناك نسبة كبيرة للبرامج الترفيهية وبرامج السهرات الليلية لأنّ إذاعة مستغانم بثّها 24 ساعة بدون انقطاع فبالتالي وضع أساسيات محدّدة ومضبوطة ومدروسة من طرف رؤساء المصالح ومدير المحطة وبإشترك المشرفين على هذه البرامج على أنّه دائما يكون في زاوية ونسبة من التفاعل والتسلية والمرح والبرامج التي المستمع يلقي ضالته فيها ويحب كذلك أنه يكون طرف في ذلك الموضوع ويتفاعل أكثر ويشارك وإذا لم يشارك نكتسبه كمستمع وفي للبرامج.

السؤال 8: هل هناك أفكار نجحت في تحسين المرح داخل المؤسسة؟

الجواب: في الأفكار التي تمّ من خلالها تقديم مجموعة من البرامج ومجموعة من الفقرات وكذلك المشاريع التي سعت لها إذاعة مستغانم هذه السنوات عشرين سنة فيه حصص فيه أفكار التي كانت إذاعة مستغانم سبّاقة فيها فأنا أتحدث دائما عن البرامج التي كنت مشرفة عليها مثلا نتحدث عن الشبكة الرمضانية في الموسم الثالث حافظنا على فقرة صغار في "الكوزينة" التي تنتقل فيها إلى أطفال نجرب معهم وصفات رمضان في جوّ من المرح بحضور مهرج وفي جوّ من النكت والضحكات

رائع جدا الذي سمح لنا من تخصيص بعد شهر رمضان قمنا بوضع حفل كبير في الهواء الطلق كرمنا فيها هؤلاء الأطفال الذين مروا معنا، كانت فكرة بسيطة ونجحت هذه الأفكار التي كانت إذاعة مستغانم سباقة فيها وأفكار أخرى التي دائما نسعى لتقديم هذه الميزة وهي المرح من خلال البرامج الشبابية والأطفال وبرامج خاصة بالمرأة والبرامج التي لها علاقة بروح الفكاهة في أسرنا وعائلاتنا وكذلك استضافة الفكاهيين وبالتالي الأمر ضروري حتى تكون ميزة وطابع خاص من أهم الميز التي تتسم بها الإذاعة المحلية.

السؤال 9: ما هي الفعاليات والأنشطة التي يمكن تنظيمها لتعزيز التواصل والتفاعل الإيجابي بين الموظفين؟

الجواب: ضروري أن تكون هناك أنشطة على مستوى كل مؤسسة حتى يتم تفعيل جو المرح وتوفير الظروف المواتية لتحسين الخدمة المقدمة فهنا ليس ضروري أن تكون هناك أنشطة حتى تفرز العلاقة الطيبة بين الموظفين يعني عملنا المشترك وعشرتنا مع بعضنا واحتياجاتنا لبعضنا البعض وأخذ رأي بعضنا البعض هذا أعتبره داعم وفاعل كذلك في تعزيز التواصل الإيجابي بين الموظفين فيجب على كل واحد منا أن يشعر الآخر على أنه مهم ولولا تواجد الأمن وتواجد مكان نظيف لما لقيت البيئة المواتية لتحقيق المرح الذي يشعر به المستمع فبعد الله سبحانه الفضل للعائلة وأسائذتي الذين لقتوني العمل الإذاعي ومنحوني أبعديات الإذاعة ضروري توفّر الجدية متى تكون والمرح متى يكون فكل هذه العناصر تقوم بتقديم خدمة إعلامية التي يطمح فيها المستمع والله ولي التوفيق.

3-نتائج المقابلة مع المذيعة امينة دايم:

من خلال المقابلة التي جرت مع المنشطة امينة دايم توصلنا للنتائج التالية:

- 1) تعتبر الفترة الصباحية هي ذروة الاستماع ولهذا وجب استغلالها في البرامج الاجتماعية المهمة مع التقديم الصحفي الذي يمتاز بالمرح واتقان التشييط
- 2) كلما كان التنسيق بين المنشط والطاقم الإذاعي التقني تزداد الجودة في تقديم البرامج الاذاعية

3) التنسيق بين الفاعلين في المؤسسة الاعلامية له صدى إيجابي لدى المستمع في تقديم البرامج بشكل مرح.

4) كلما تزايد التحفيز والتواصل من طرف المستمعين يزداد المرح والنشاط لدى الصحفي.

5) تلعب اللغة التي يقدم بها الموضوع والتقديم العفوي دورا هاما في زيادة المستمعين ونجاح البرنامج

6) التنوع في البرامج وحسن التغطية الاذاعية محبوبة خصوصا عندما تكون التغطية من طرف صحفيين مرحين.

7) الجو المرح بين الطاقم الإذاعي يزيد من نشاط ويحفز في تقديم البرامج بشكل جيد ومرح.

النتائج العامة للدراسة:

1. تعتبر إذاعة مستغانم من الإذاعات النشطة عبر التراب الوطني لما تقدمه من برامج فعالة خلال السنة والمواسم الوطنية والدينية.

2. يلعب المرح دورا هاما في تقديم العمل الإذاعي وهو عنصر فعال لدى الصحفيين وله أهمية بالغة لزيادة عدد المستمعين

3. الصحفي المرح هو الأكثر تأثير خلال البرامج الاذاعية على المستمعين إضافة الى أهمية الموضوع المقدم.

4. توزيع البرامج وتنوعها بشكل متكافئ يجعل الإذاعة محبوبة لدى المستمعين من خلال مختلف شرائح المجتمع، كلما تنوعت البرامج كلما زاد عدد المستمعين ونجحت الإذاعة في تقديم الأفضل.

التوصيات والنتائج:

1. العمل على فتح المجال أمام الصحفيين المتربصين بمرافقة الصحفيين اثناء التغطية الإعلامية

2. العمل على زيادة حرية الصحفيين في التغطية الإعلامية وإبراز قدراتهم وتقديم المزيد من الابداع الصحفي.

3. التوازن بين البرامج الاذاعية وعدم الإهمال الوظيفة الترفيهية.

4. يعتبر المرح عنصر هام في العمل المؤسساتي لهذا يجب اختيار العمال الأكثر جاهزية في تقديم العمل بشكل مرح وجيد.

خاتمة

خاتمة:

يسهم المرح في تعزيز روح الفريق وتحفيز العمل الإبداعي. يمكن أن مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية والتركيز على تحقيق الأهداف بشكل أكثر فعالية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يقوم المرح بتخفيف التوتر وزيادة رضا الموظفين، وتحسين الجو العام داخل المؤسسة. ومع ذلك، يجب أن يتم تزاوج المرح مع الاحترافية والتركيز على الأهداف البرمجية لضمان استقطاب أكبر شريحة من المستمعين.



**قائمة المراجع
والمصادر**

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

1. احمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، ط6، 1982.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010.
3. رشيد زوالي، تدريبات على منهجية البحث العلمي، دار الكتاب، الجزائر، 2004.
4. سعد الحاج بن جخل، العينة والمعاينة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ط1، 2019.
5. عبد الغني عماد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، الإشكاليات، التقنيات، المقاربات، الدار للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 2008.
6. عبد الله بن عبد الكريم السالم، دور النكت في الإدارة، رؤية جديدة، قسم الإدارة العامة -كلية الاقتصاد والإدارة -عبد العزيز جدة.
7. عمار بوحوش ومحمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي، مكتبة المنار، الأردن، ط1، 1989م.
8. مات وينستين، الإدارة المرححة، الضحك في بيئة العمل: حيلة ووسيلة.
9. مانع فاطمة بوهراوة زورة، السعادة الوظيفية وأثرها على الأداء الوظيفي، مجلة الاستراتيجيات والتنمية، مجلد 11 / العدد 02 فيفري 2021.
10. محمد شقيف، البحث العلمي "الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1996م.
11. موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.

المذكرات والرسائل الجامعية:

- 1- مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في شعبة: علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، من اعداد "نايلي نصيرة" تحت اشراف الدكتورة "شبيلي وهيبة" بعنوان: جودة الحياة الوظيفية وعلاقتها بالرفاعية في العمل "دراسة ميدانية بمقر الولاية مسيلة"، جامعة محمد بوضياف المسيلة، سنة 2022.