

الإعلام والاحترق النفسي دراسة عن مستوى الضغوط المهنية في المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية

علي بن شويل القرني

أستاذ مساعد، قسم الإعلام، كلية الآداب،

جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية

(قدم للنشر في ١٤٢٢/٦/٣هـ؛ وقبل للنشر في ١٤٢٣/٣/١٨هـ)

ملخص البحث. يهدف هذا البحث إلى التعرف على حجم الضغوط المهنية ودرجة الاحترق النفسي الذي يعاني منه المشتغلون في المؤسسات الإعلامية السعودية، وذلك من خلال مسح ميداني لمختلف منسوبي الأجهزة الإعلامية الرسمية والخاصة في المملكة العربية السعودية. وتم توظيف مقياس ماسلاك للاحترق النفسي، إضافة إلى فقرات خاصة بالضغوط المهنية، على عينة عشوائية بلغت ١٣٤ فرداً.

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود درجات متوسطة من الاحترق النفسي لدى مجمل أفراد العينة في الأبعاد الثلاثة المكونة للمقياس من الإجهاد الانفعالي، والتبليد الإحساس، والإنجاز الشخصي. وقد تبين من البحث وجود اختلافات بين فئات العينة حسب المتغيرات المؤسسية والمتغيرات الفردية التي استخدمها هذا البحث. كما أشارت النتائج إلى وجود شعور بضغوط مهنية على منسوبي المؤسسات الإعلامية نتيجة المنافسة الواسائلية، أو الضغوط المؤسسية والمجتمعية.

مقدمة

توصف مهنة الإعلام عادة بأنها مهنة المتاعب والضغوط النفسية، وذلك بما تشتمله من مواعيد طباعة وبتث وتعاملات عديدة مع أحداث على المستوى الميداني، وترتيبات تكنولوجية غير قابلة للتفاوض الخاطئ معها. كل هذه وغيرها من الظروف تحتم على الكوادر الإعلامية أن تقف أمام مسؤولياتها المهنية، وهي في حالة من التوتر والقلق، مما يفرز ضغوطا ومعاناة نفسية تتراكم عبر الكثير من القرارات الإعلامية التي يتعامل معها الإعلاميون. وربما أحد أسباب الضغوط القائمة التي قد تكون مصدر معاناة هو عدم الموازنة بين حجم المسؤولية ومقدار الصلاحيات التي تتطلبها القرارات الإعلامية. كما أن التضارب في التعليمات التي تصدر للأجهزة الإعلامية ربما تكون سبب مزيد من حالات المواقف الضاغطة التي يواجهها الإعلاميون.

وتحاول هذه الدراسة التعرف على حجم الضغوط المهنية ودرجة الاحتراق النفسي الذي يعاني منه المشتغلون في المؤسسات الإعلامية السعودية، وذلك من خلال مسح ميداني لعينة من مختلف منسوبي الأجهزة الإعلامية الرسمية والخاصة في المملكة العربية السعودية. ولاشك أن تجربة الإعلام السعودي تكون قد تجاوزت ثلاثة أرباع القرن منذ صدور صحيفة أم القرى عام ١٣٤٣ هـ (١٩٢٤ م)، مما يتطلب دراسات متمعنة في شخصية الإعلاميين في المملكة وما يستدعي ذلك من تقويم ظروف العمل وبيئة المهنة الإعلامية. وهذه الدراسة تسعى إلى التحقق من فكرة الاحتراق النفسي التي عادة ما تعاني منها كثير من المهن التي يتم فيها التعامل مع الجمهور العام. والإعلام بطبيعته هو ساحة مفتوحة للجمهور يحاول فيها الإعلاميون إرضاء الجمهور قدر الإمكان وفق معادلة ثوابت المجتمع وقواعده العامة.

الإعلام والضغوط المهنية

شهدت عقود السبعينيات والثمانينيات وبداية التسعينيات تطورات كبيرة في إطار إعادة بناء وهيكلية بعض المفاهيم الأساسية في إدارة النظام السياسي والاقتصادي في العالم، فقد ذكر الدكتور سعد الدين إبراهيم أن التحول نحو الديمقراطية والاقتصاد الحر بدأ منذ منتصف السبعينيات في البرتغال وأسبانيا واليونان، إلا أنها اتسعت خلال الثمانينيات والتسعينيات لتشمل أمريكا اللاتينية وآسيا وإفريقيا. وخلال عشرين عاما (١٩٧٤-١٩٩٤ م)

تحولت ستون دولة من أنظمة شمولية أو دكتاتورية إلى أنظمة ديموقراطية^(١) وفي إطار عملية التغيير هذه تحولت ملكيات كثير من الشؤون العامة وقطاعات الدولة إلى إدارات وملكيات لمؤسسات وشركات خاصة. ولاشك أن مثل هذه الظروف قد حفزت الشركات الدولية العملاقة إلى مزيد من دخولها إلى الأسواق المحلية والمشاركة في صنع قرارات مهمة على المستوى الاقتصادي والسياسي والثقافي والإعلامي في الدولة. وعلى هذا النحو والتحويلات النوعية في هيكلية المجتمعات، شهدت وسائل الإعلام تحولات أخرى نوعية في بنائها الإيديولوجية وأشكالها التنظيمية. ومن أهم هذه التحويلات عمليات التسريع في استيعاب مفاهيم الاحترافية الإعلامية professionalism لتصبح قاعدة بديلة لمفاهيم الصحافة والإعلام الحزبي الذي سيطر على وسائل الإعلام منذ بداياتها الأولى. وعلى الرغم من توسع وسائل الإعلام وادعاءاتها بالالتزام باحترافية، إلا أن كثيرا من الدراسات أشارت إلى غير ذلك. وفي حدود معينة إلى خطوط موازية للسلطة والأحزاب السياسية المسيطرة في المجتمعات. وهذا ما عبر عنه سيموريور^(٢) بمفهوم التوازي الحزبي press-party parallelism، حيث تظل الصحافة ووسائل الإعلام في بيئة ومناخ ملتزم بالإيديولوجيا والتنظيم الحزبي في المجتمع.

كما أشارت دراسات مقارنة بين فاعلية الدور الذي يؤديه القائمون على الصحافة إلى اختلاف في المفاهيم والأهداف التي تسعى الصحافة إلى تحقيقها، فمثلا دراسة مقارنة بين بريطانيا^(٣) وألمانيا^(٤) أوضحت وجود

(١) سعد الدين إبراهيم، "مقدمة"، في أماني قنديل، *عملية التحول الديموقراطي في مصر* (١٩٨١-١٩٩٣) (القاهرة مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية، ١٩٩٥م).

(٢) Collin Seymour-Ure, *The Political Impact of Mass Media* (Beverly Hills: Sage, 1974).

(٣) W. Donsbach, "Journalists' Conceptions of Their Audience: Comparative Indicators for the Way British and German Journalists Define Their Relations to the Publics," *Gazette*, 32 (1983), 19-36.

(٤) R. Kocher, "Bloodhounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists," *European Journal of Communication*, 1 (1989), 43-64.

(٥) W. Donsbach and B. Klett, "Subjective Objectivity: How Journalists in Four Countries Define a Key Term of Their Profession," *Gazette*, 51 (1993), 53-83.

(٦) T. E. Patterson and W. Donsbach, "News Decisions: Journalists as Partisan Actors," *Political Communication*, 13,no.4 (1996), 455-68.

(٧) Mark Deuze, "Journalism in the Netherlands: An Analysis of People, the Issues and the International Professional Environment," www.Pscw.uva.nl/deuze/paper1.html (1998).

اختلافات بين المفاهيم الإعلامية في المجتمعين الإنجليزي والألماني. فبينما يرى الصحفيون الإنجليز أن دور الصحافة مقرون بمبدأ الموضوعية والحيادية والاحترافية الإعلامية، يرى الصحفيون الألمان أنهم أنفسهم عناصر فاعلة وممثلون متحركون في الحياة السياسية والاجتماعية. وربما يكمن الفارق الأساسي بين الدور الذي تقوم به الأنجلو أمريكية والصحافة الأوروبية يتمثل في كلب المراقبة الذي يتجسد في المفهوم الأنجلو أمريكي ودور الإرساليات التبشيرية الذي تؤديه الصحافة الأوروبية عامة وغيرها من نماذج الصحافة في الدول النامية.

وأشارت دراسات أخرى قام بها دونسباك وكليت،^(٥) وباترسون ودونسباك،^(٦) وتضمنت تحليلاً عن اتجاهات الإعلاميين في ألمانيا وبريطانيا وإيطاليا والسويد والولايات المتحدة نحو المجتمع الديموقراطي إلى وجود اختلاف واضح بين مفاهيم القارة الأوروبية والمفاهيم الأنجلو أمريكية. وبينت هذه الدراسات التي شملت عينات مختلفة (تراوحت بين ٢١٦ إلى ٣٣٨ فرداً في كل دولة) أن هناك اتفاقاً حول وجود إنحيازات حزبية واتجاهات ذاتية للإعلاميين على الرغم من الإنكار الذي عادة ما يدعيه هؤلاء الإعلاميون والصحافيون. ويمكن إجمالاً التأكيد إلى أن المفاهيم الأنجلو أمريكية^(٧) تعزز فكرة أن تعمل وسائل الإعلام على أن تكون ناقلاً أميناً لمجمل الأخبار والقضايا بين جماعات ومجموعات الضغط وبين عامة الجمهور، بينما تعمل الصحافة وفق مفاهيم القارة الأوروبية على التحقق من القضايا التي تطرحها المجموعات الاجتماعية ومجموعات المصالح والبحث عن الحقائق الدفينة خلف المشهد السياسي. وفي دراسة لكوشر^(٨) عن المدى الذي قد يصل له الإعلاميون في التحقق من بعض الموضوعات الاجتماعية، بينت الدراسة أن نسبة الإعلاميين في بريطانيا الذين يمكن لهم أن يعلنوا عبر صحفهم ووسائل إعلامهم ومقالاتهم عن احتجاجهم أو اعتراضهم على أي من

(٨) Kocher, "Bloodhounds or Missionaries," 43-64.

(٦) Donsbach and Klett. "Subjective Objectivity," 53-83.

(١٠) Stig Hadenius, "The Rise and Possible Fall of the Swedish Party Press," *Communication Research*, 10(1983), 287-310.

(١١) C.C. Lee, C. H. Chen, J.M. Chan and P.S.Lee. "Partisanship and Professionalism: Hong Kong Journalists in Transition," *Gazette*, 57 (1996), 1-15.

الأحزاب السياسية المتطرفة في مجتمعهم تصل إلى نسبة ٥٣%، بينما تزيد هذه النسبة إلى حوالي ٩٠% مع الصحفيين والإعلاميين الألمان، مما يوضح درجة وهامش المساحة التي يحتلها الإعلاميون الألمان من خلال قدرتهم على النقد في كل الاتجاهات المجتمعية ولكن بنسبة أقل في المجتمع البريطاني. وهذا يتضح أكثر في دراسة أخرى لدونسباك وكليت،^(٩) حيث أشارت هذه الدراسة إلى علاقة قوية للصحفيين الأمريكيين والإنجليز نحو نظام التقرير الموضوعي للأحداث، مقابل علاقة أضعف من قبل الصحفيين الألمان والإيطاليين.

وتظل الصحافة في الدول الاسكندنافية ذات ارتباط بالأحزاب السياسية القائمة في تلك الدول على الرغم من التحول التدريجي نحو الاحترافية التي تبني لها قاعدة انفكاك عن الولاءات الحزبية المعتادة، كما هي الحال مثلاً في السويد.^(١٠) وفي دراسة عن الإعلاميين في هونج كونج، أشار لي في نتائج دراسته^(١١) إلى أن محاولات وسائل الإعلام المختلفة بتياراتها السياسية المتنوعة انصببت في إطار التأكيد على أهمية الاحترافية كمعيار موضوعي للعمل الإعلامي بعيداً عن التجاذبات السياسية لوسائل الإعلام، ولكن تظل هناك ظلال سياسية تغلف التوجهات السياسية للصحف ووسائل الإعلام وتحدد مضامينها الأيديولوجية.

ولاشك أن القائمين على الإعلام في الدول النامية يتأثرون بما تفرضه أجندة الوسائل الإعلامية الدولية، مما يترك أثره على الممارسات والسلوكيات الإعلامية. وكان جولدنج^(١٢) قد أشار إلى أن مفاهيم الاحترافية والمهنية الإعلامية في وسائل الإعلام للدول النامية لم تكن محلية في نشأتها بل هي مجموعة أفكار وممارسات تم استيرادها من الخارج، وتحديدًا من المفاهيم والتطبيقات الإعلامية للثقافة الأنجلو أمريكية.

^{١٢} Peter Golding, "Media Professionalism in the Third World: The Transfer of an Ideology," in Michael Gurevitch Curran and Janet Wollacott, eds., *Mass Communication and Society* (Beverly Hills: Sage, 1977).

^{١٣} Joanmarie Kalter, "The Workplace Burnout," *Columbia Journalism Review* (July/August, 1999), www.cjr.org/year/99/4.

الإعلام والرضا الوظيفي

تتسم مهنة الإعلام عادة بأنها مهنة المتاعب والضغط النفسي، والتي تشتمل على مواجهة للمنافسة الحادة وضغوط لمقابلة مواعيد البث والطباعة، ومهنة ساعات العمل الطويلة، إضافة إلى عدم توافر مرتبات مجزية لذلك. هذه الظروف وغيرها تبني تراكمات من الاحتراقات النفسية لدى المشتغلين في حقل الإعلام. ومما يسهم في تفاقم مشكلة الاحتراق النفسي لدى الإعلاميين تنامي المسؤوليات المناطة بهم في ظل تقلص الصلاحيات الممنوحة لهم حتى في المجتمعات الغربية. وقد أشارت دراسة مسحية في الولايات المتحدة لروبرت جايلز Robert Giles لعينة من المحررين والضغوط التي يواجهونها إلى تنامي هذه الضغوط وما يتبعها من انعكاسات صحية على الإعلاميين فقد ارتفعت مستويات هذه الضغوط من ٣٠% عام ١٩٧٩م إلى ٤٠% عام ١٩٨٣م. (١٣)

وفي دراسة قام بها ويفر وويلهويت Weaver and Wilhoit (١٤) عن الصحافيين الأمريكيين أشارت النتائج إلى أن مستوى الرضا الوظيفي job satisfaction انخفض خلال العقود الماضية. فبينما كانت درجة الرضا تصل إلى حوالي ٥٠% عام ١٩٧١م، انخفضت إلى ٤٠% عام ١٩٨٢م، ثم إلى ٢٧% عام ١٩٩٢م. وفي دراسة قام بها فواكيس Voakes، (١٥) أوضحت نتائجها أن مزيداً من الصحافيين الأمريكيين يشعرون بعدم الرضا عن صحفهم ومستوى المهنية التي تؤديها هذه الصحف، فبينما قوّم ٣٤% من الصحافيين صحفهم بأنها ممتازة في عام ١٩٨٨م، أشارت الدراسة إلى أن نسبة تصل إلى حوالي ١٤% فقط من الصحافيين رأّت نفس النتيجة في العام ١٩٩٦م. ووجدت تلك الدراسة أيضاً أن نسبة كبيرة من الصحافيين كانت

David Weaver and G. C. Wilhoit, *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era* (Mahwah, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1996). ١٤

Paul Voakes, in Kalter, "The Workplace Burnout." ١٥

Kalter, "The Workplace Burnout." ١١

Robert Rothman, *Working: Sociological Perspectives* (Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1987). ١٧

Weaver and Wilhoit, "The American Journalist in the 1990s." ١٨

ترغب في التقاعد المبكر قبل السن النظامية للتقاعد، وذلك نتيجة الضغوط التي يواجهها الصحفيون في أداء مهماتهم العملية. وقد أوضح الدكتور ميلر Miller أن معظم هؤلاء الذين يواجهون الضغوط عادة ما يكونون هم الأفضل والأذكى في حقل الإعلام لأنهم يعملون بجد وإخلاص وبروح مثالية.^(١٦) من جهة أخرى، تشير أدبيات الإعلام إلى أن وجود أعداد كبيرة من الدراسات التي اهتمت بالرضا الوظيفي والتي تعود إلى فترة الثلاثينيات الميلادية من القرن العشرين. وتنامت أعداد هذه الدراسات حيث وصلت في نهاية الستينيات الميلادية إلى أكثر من أربعة آلاف مقالة ودراسة.^(١٧) ثم تنامت الدراسات والبحوث والمقالات المتخصصة في هذا المجال. وحددت دراسة ويفر وويلهويت Weaver and Wilhoit^(١٨) الأسباب التي تؤدي إلى الرضا وعدم الرضا الوظيفي في حقل الصحافة والإعلام، حيث أشارت الدراسة إلى أن نسبة الرضا تأتي نتيجة عوامل منها الإحساس بالاستقلالية في العمل بنسبة ٢٥%، والتحدي المهني بنسبة ٢٠%، والمرتبات المشجعة ١٤%، والإدارة والزمالة المهنية ١٣%، والتأثير وخدمة المجتمع ١٣%، وظروف العمل والأمان الوظيفي ٥%. أما مصادر عدم الرضا، فتتمثل في طبيعة السياسات الإدارية للمنظمات الإعلامية وذلك بنسبة ٥٠%، وضعف المرتبات ٥٠%، وقلة فرص الترقيات والمعززات الوظيفية ٢٠%. وقد حدد شيفر Shaver^(١٩) أن أهم أسباب الرضا تكمن في فرص التقدم والارتقاء الوظيفي، بينما تكمن أهم أسباب عدم الرضا في المرتبات المتواضعة التي يتقاضاها الإعلاميون.

أما بخصوص تأثير حجم المنظمة على مستوى الرضا الوظيفي لمنسوبي تلك المنظمات من الإعلاميين فقد أشارت دراسة قام بها سامولسون

Harold C. Shaver, "Job Satisfaction and Dissatisfaction among Journalism Graduates," *Journalism Quarterly*, 55, no.1 (1978), 54-61. }
 Merrill Samuelson, "A Standardized Test to Measure Job Satisfaction in the Newsroom," *Journalism Quarterly*, 55, no.1 (1962), 54-61. }
 John Johnstone, E. Slawski, and W. Bowman. *The News People* (Urbana: University of Illinois Press, 1976). }
 Kris Kodrich and Rondal Beam, "Job Satisfaction among Journalists at Daily Newspapers: Does Size of Organization Make A Difference?", paper presented to Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1997, 1-12. }

Samuelson^(٢٠) إلى أن الصحفيين الذين يعملون في صحف يزيد توزيعها على ٥٠,٠٠٠ نسخة عادة ما يكونون أقل رضا من الصحفيين العاملين في صحف أصغر ومؤسسات أقل حجما من ذلك. ونفس النتيجة وصل إليها جونستون وسلاوسكي وبومان Johnstone, Slawski and Bowman^(٢١)، حيث وجدوا أن هناك تأثيرا سلبيا لحجم (كبر) المؤسسة الإعلامية على مستوى الرضا الوظيفي. ويعود ذلك إلى أن الصحفي في الصحف الكبرى يفقد القدرة الاستقلالية نتيجة أن المهام والمسؤوليات تكون أكثر تخصصا وتعقيدا ويقوم بها عدد كبير، وكذلك تصبح عمليات التحكم والسيطرة التحريرية ذات صبغة مركزية يتحكم بها عدد قليل في الإدارة التحريرية العليا. وفي دراسة قام بها بيم Beam^(٢٢) أشارت نتائجها إلى أن الصحفيين في المؤسسات الإعلامية التي يعتقد منسوبوها أنها تؤدي دورا هاما في خدمة وتنوير المجتمع يكونون عادة هم الأكثر رضا عن وضعهم الوظيفي في مؤسساتهم. وقد لاحظ الباحثان أن المؤسسات الصحافية متوسطة الحجم هي المتغير الأكثر تنبؤا بمستوى رضا وظيفي عال، على عكس المؤسسات الكبيرة والصغيرة. وعموما فإن الصحفيين في المؤسسات الصغيرة لديهم الحماس للاستمرار في العمل الصحفي، ولا يعتقدون أن المرتبات هي أساس في تقويمهم ورضاهم الوظيفي، ويعتقدون أن مؤسساتهم تؤدي دورا مهما في المجتمع. أما الصحفيون في المؤسسات متوسطة الحجم، فإنهم يعتقدون أن مؤسساتهم تؤدي دورا حيويا كذلك في أداء رسالتها الاجتماعية في تنوير أفراد المجتمع، ولديهم القدرة على تغطية الموضوعات التي يرون أهميتها. والصحافيون في المؤسسات الكبيرة عبروا عن توافر مساحات كبيرة من الحرية التي تعينهم على أداء مهامهم الوظيفية.

الاحتراق النفسي

يعتبر هيربرت فردينبرجر Herbert Freudenberger المحلل النفسي الأمريكي^(٢٣) أول من أدخل مصطلح الاحتراق النفسي burnout إلى حيز

الاستخدام الأكاديمي، وذلك عام ١٩٧٤م عندما كتب دراسة أعدها لدورية متخصصة *Journal of Social Issues* وناقش فيها تجاربه النفسية التي جاءت نتيجة تعاملاته وعلاجاته مع المترددين على عيادته النفسية في مدينة نيويورك. ولكن أعمال كرسطين ماسلاك Maslach أستاذة علم النفس بجامعة بيركلي الأمريكية مثلت الريادة في دراسة وتطوير مفاهيم الاحتراق النفسي. وقد عرفت ماسلاك الاحتراق النفسي بأنه مجموعة أعراض من الإجهاد الذهني والاستنفاد الانفعالي والتبؤد الشخصي، والإحساس بعدم الرضا عن المنجز الشخصي والأداء المهني. وعادة ما يكون هناك لبس وغموض عن مفهوم الاحتراق النفسي وارتباطه بالضغوط النفسية نتيجة التداخل في التعريف بين المصطلحين. وقد فرق نيوهاوس Niehaus^(٢٤) بينهما في ثلاث خصائص:

- ١- يحدث الاحتراق النفسي من ضغوط العمل النفسية نتيجة تضارب الأدوار وازدياد حجم العمل.
 - ٢- يحدث الاحتراق لهؤلاء الذين عادة ما يتبنون رؤية مثالية لأداء الأعمال والاضطلاع بالمسؤوليات المهنية.
 - ٣- يرتبط الاحتراق عادة بالمهام التي يتعذر على الشخص تحقيقها.
- ويرى باحثون آخرون أن الاحتراق النفسي هو المحصلة النهائية أو المرحلة المأساوية المتطرفة للضغوط المهنية، أي أن الاحتراق هو عرض من أعراض الضغوط النفسية.
- ويحدث الاحتراق النفسي عندما لا يكون هناك توافق بين طبيعة العمل وطبيعة الإنسان الذي ينخرط في أداء ذلك العمل. وكلما زاد التباين بين هاتين البيئتين زاد الاحتراق النفسي الذي يواجهه الموظف في مكان عمله. وأشارت ماسلاك إلى أن جذور وأساس الاحتراق النفسي يكمن في مجموعة عوامل تتركز في الظروف الاقتصادية والتطورات التكنولوجية والفلسفة الإدارية لتنظيم العمل. وقد حدد ماسلاك وليتر Maslach and Leiter مجموعة عوامل تنظيمية مؤسسية تؤدي إلى الاحتراق النفسي لدى الموظفين والعاملين في

(٢٤) زيد بن محمد البتال، الاحتراق النفسي: ضغوط العمل النفسية لدى معلمي ومعلمات التربية الخاصة: ماهيته- لأسبابه- علاجه (الرياض: سلسلة إصدارات أكاديمية التربية الخاصة، ٢٠٠٠م).

- بعض الشركات والمؤسسات والهيئات على النحو التالي:
- ١- ضغط العمل: يشعر الموظف بأن لديه أعباء كثيرة منطاة به، وعليه تحقيقها في مدة قصيرة جدا ومن خلال مصادر محدودة وشحيحة we have to do too much in too little time with too few resources . وكثير من المؤسسات والشركات سعت في العقود الماضية إلى الترشيد من خلال الاستغناء عن أعداد كبيرة من الموظفين والعمال، مع زيادة الأعباء الوظيفية على الأشخاص الباقين في العمل، ومطالبتهم بتحسين أدائهم وزيادة إنتاجيتهم.
 - ٢- محدودية صلاحيات العمل: إن أحد المؤشرات التي تؤدي الاحتراق النفسي هو عدم وجود صلاحيات لاتخاذ قرارات لحل مشكلات العمل. وتتأتى هذه الوضعية من خلال وجود سياسات وأنظمة صارمة لا تعطي مساحة من حرية التصرف واتخاذ الإجراء المناسب من قبل الموظف.
 - ٣- قلة التعزيز الإيجابي: عندما يبذل الموظف جهدا كبيرا في العمل وما يستلزم ذلك من ساعات إضافية وأعمال إبداعية دون مقابل مادي أو معنوي يكون ذلك مؤشرا آخر عن المعاناة والاحتراق الذي يعيشه الموظف.
 - ٤- انعدام الاجتماعية: يحتاج الموظف أحيانا إلى مشاركة الآخرين في بعض المهوم والأفراح والتنفيس، لكن بعض الأعمال تتطلب فصلا فيزيقيا في المكان وعزلة اجتماعية عن الآخرين، حيث يكون التعامل أكثر مع الأجهزة والحاسبات وداخل المختبرات والمكاتب المغلقة.
 - ٥- عدم الإنصاف والعدل: يتم أحيانا تحميل الموظف مسؤوليات لا يكون في مقدوره تحملها. وعند إخلاله بها يتم محاسبته. وقد يكون القصور في أداء العمل ليس تقاعسا من الموظف، ولكن بسبب رداءة الأجهزة وتواضع إمكانياتها ومحدودية برامجها، إضافة إلى إمكانية عدم وجود كفاءات فنية مقتدرة لأداء الواجبات المطلوبة.
 - ٦- صراع القيم: يكون الموظف أحيانا أمام خيارات صعبة، فقد يتطلب منه العمل القيام بشيء ما والاضطلاع بدور ما ولا يكون ذلك متوافقا مع قيمه ومبادئه. فمثلا قد يضطر عامل المبيعات أن يكذب من أجل أن يمرر منتجا على عميل، أو غير ذلك من الظروف والملابسات.^(٢٥)
- وتكثر أعراض الاحتراق النفسي في أوساط المهن التي يكون فيها

Christina Maslach and Michael P. Leiter, *The Truth about Burnout: How Organizations Cause* (٢٥)
Personal Stress and What to Do about It (San Francisco: Jossey-Bass Publishers,1997).

التعامل مع الجمهور، والتي عادة تتطلب مواجهة مباشرة أو استيعابا دقيقا لآراء واتجاهات الناس، والتي تعد محكا أساسيا في تقويم أعمال المشتغلين بتلك المهن. ولاشك أن الإعلام يختلف وسائله وتخصصاته يقع ضمن هذه الشرائح المهنية التي قد يعاني أصحابها من درجات معينة من الاحتراق النفسي. ومن أهم السمات التي قد تؤدي إلى المعاناة الاحتراقية في حقل الإعلام ارتباط العمليات الإعلامية بمواعيد محددة وتوقيتات ثابتة سواء للبرامج أو نشرات الأخبار أو مواعيد الصدور الصحافي والبت الإذاعي والتلفزيوني.

وقد أقرن بوتتر Potter أهمية ودقة متطلبات العمل الإعلامي في مختلف تخصصاته مع الدقة والأهمية التي يؤديها مراقبو حركة الملاحة الجوية. وكلاهما يتطلب دقة ومواعيد ثابتة وأداء عقليا خاصا. وعموما فإن أي شخص يكون معرضا لمستوى معين من الاحتراق النفسي، فليس هناك أحد في مأمن من درجة معينة من الاحتراق الوظيفي.^(٢٦)

منهج الدراسة

ركزت بعض من دراسات الرضا الوظيفي على سؤال واحد فقط يمثل المتغير التابع dependent variable ويعكس مضمون السؤال الحالة التي يعيشها الصحافي/الإعلامي في مؤسسته التي يعمل بها. وتحديدًا يكون السؤال على الشكل التالي: "باعتبار كل الظروف، كيف ترى نفسك راضيا في عملك الحالي؟" ويعطى المستجيبون خمسة خيارات للإجابة: راضٍ تماما، راضٍ نوعا ما، غير راضٍ، غير راضٍ إطلاقا، وغير معروف أو غير محدد.^(٢٧) وهناك دراسات أخرى استخدمت معايير مختلفة لقياس الرضا الوظيفي، ومنها على سبيل المثال المسح الذي أجرتها جمعية العلاقات العامة الأمريكية PRSA في فترات مختلفة، وتم فيه تحديد أربعة عشر عنصرا (فقرة) لقياس مدى الرضا الوظيفي في مجال العلاقات العامة.^(٢٨)

(٢٦) B. A. Potter, *Preventing Job Burnout: Transforming Work Pressures into Productivity* (Palo Alto: Consulting Psychologists Press, 1987).

(٢٧) Beam, "Job Satisfaction."

(٢٨) Donald Wright, L. Grunig, J. Springston, and E. Toth. "Under the Glass Ceiling: Analysis of Gender Issues in American Public Relations," Public Relations Society of Foundation Monograph Series, 1991.

وحيث إن هذه الدراسة – الحالية – هي عن الاحتراق النفسي وهو مرحلة من مراحل ودرجة من درجات الرضا أو عدم الرضا الوظيفي في مجال العمل، فقد تم توظيف مقياس ماسلاك للاحتراق النفسي Maslach Burnout Inventory لتطبيقه على عينة الدراسة في المملكة العربية السعودية. ويعد هذا المقياس من أقدر المقاييس التي تقيس درجة الاحتراق النفسي والتي تم استخدامه من قبل عدد كبير من الباحثين والمؤسسات والمنظمات في مسعى للتعرف على الخبرات التي تولدت لدى المشتغلين في تلك الجهات. ويعد المقياس موثوقا حيث يقوم بتقدير حجم القدرات والمشاركة ومدى المشاركة والإنجاز للعاملين في المؤسسات والشركات والهيئات. وتوجد ثلاث طبقات لهذا المقياس. الطبقة الأولى مخصصة للمهن المعنية بتقديم الخدمات الإنسانية مثل التمريض وغيره من التخصصات الصحية، والثانية هي معدلة جزئيا ومعنية بالتعليم والقطاعات الثقافية، وقد تبنت الدراسة الحالية هذه الطبقة، والثالثة طبقة عامة مخصصة لقياس علاقة الموظف بالعمل وليس بالعلاقات الخدمية التي يقدمها الموظف.^(٢٩)

وقد وصفت الدرمان Alderman^(٣٠) هذا المقياس بأنه الأكثر استخداما لقياس الضغوط المهنية، حيث تم توظيفه في أكثر من ١٨٠ دراسة منذ وضعه من قبل كرستينا ماسلاك عام ١٩٨١م. ويتوجه هذا المقياس النفسي إلى قياس ثلاثة أبعاد رئيسة للاحتراق النفسي، هي: (١) الإجهاد الانفعالي emotional exhaustion الذي يعني أن يشعر الفرد بكونه متعبا ومجهدا إلى درجة كبيرة، ومستنزفا في عاطفته وذهنه ووجدانه؛ (٢) التبلد الإحساسي depersonalization وقد ترجم بعض الباحثين ذلك بـ "التجرد عن الخواص الشخصية"، ولكن يرى الباحث أن المعنى المضمون لهذا البعد قد يتمثل في الشعور بالتبلد في الأحاسيس تجاه العمل والآخرين، وهكذا تبنت هذه الدراسة مسمى "التبلد الإحساسي" لهذا البعد؛ (٣) الإنجاز الشخصي personal achievement الذي يقيس مستوى الشعور بتحقيق أو عدم تحقيق إنجازات شخصية على صعيد العمل.

Maslach and Leiter, *The Truth about Burnouts*. ٢٦

Betsy B. Alderman, "Journalist are Burned out, Frustrated with Jobs," www.nynewspapers.com/links/files/paperinfo/decman.html, (1998). ١٠

ويتكون المقياس من اثنين وعشرين عنصرا (فقرة) تمثل الثلاثة الأبعاد المذكورة سالفًا. وتم اعتماد النسخة المعربة من المقياس التي أعدها وراجعها الدكتور زيد البتال. من جامعة الملك سعود، وقام بتطبيقها على عينة في البيئة السعودية، بعد إجراء درجات المصدقية والموثوقية المطلوبة في مثل هذه الحالات.^(٣١) وقد أجرت الدراسة الحالية بعض تعديلات توضيحية طفيفة لتتناسب مع تطبيق المقياس على أشخاص يشتغلون في بيئة إعلامية. كما أضيفت ست فقرات جديدة لقياس الضغوط المهنية في مجال الإعلام، ذات ثلاثة أبعاد تركزت على معرفة الضغوط الوسائلية، والضغوط المؤسسية، والضغوط المجتمعية المؤثرة على مجريات العملية الإعلامية (بواقع فقرتين لقياس كل بعد). وبعد إجراء هذه التعديلات عرضت استمارة المقياس على ثلاثة من أساتذة الإعلام المتخصصين لتقويمها ومراجعتها وفق الأسس والاشتراطات الأساسية في المقياس. وبعد التعديل النهائي تم اعتماد الاستمارة الخاصة بهذه الدراسة. [انظر ملحق الدراسة (١) الذي يشير لمقياس ماسلاك للاحتراق النفسي، وملحق (٢) الذي يشير للضغوط المهنية.] وطبقا لما ذكرته ماسلاك فإن نتائج المقياس يمكن تصنيفها على ثلاث درجات من الاحتراق النفسي، حيث قد يكون الاحتراق بدرجة كبيرة، أو متوسطة، أو بدرجة منخفضة، من خلال الاستجابة لمقياس من سبع درجات (صفر = أبدا، ١ = بضع مرات في السنة، ٢ = مرة في الشهر أو أقل، ٣ = بضع مرات في الشهر، ٤ = مرة كل أسبوع، ٥ = بضع مرات في الأسبوع، ٦ = كل يوم تقريبا). ويكون مستوى الاحتراق عاليا إذا كانت درجات البعدين الأول (الإجهاد الانفعالي) والثاني (التبلد الإحساسي) مرتفعة، ودرجة البعد الثالث (الإنجاز الشخصي) منخفضة. ويبين جدول رقم ١ توزيع مستويات الاحتراق النفسي الذي وصلت إليه ماسلاك للمهن المختلفة بعد تطبيق مقياسها على أكثر من ١١,٠٠٠ مستجيب.^(٣٢)

جدول رقم ١. تصنيف درجات مقياس ماسلاك حسب مستويات الاحتراق

(٣١) Zaed Bin Battal, "An Assessment of Burnout and Its Correlates among Special Education Teachers of Hearing Impaired, Mentally Retarded, and Visually Impaired Students in Special Schools in Saudi Arabia," unpublished Ph.D. thesis, Penn State University, 1998.

(٣٢) البتال، الاحتراق النفسي.

البعد	عال	متوسط	منخفض
الإجهاد الانفعالي	٢٧ فأكثر	١٧-٢٦	١٦ فأقل
التبلد الإحساسي	١٣ فأكثر	٧-١٢	٦ فأقل
الإنجاز الشخصي	٣١ فأقل	٣٢-٣٨	٣٩ فأكثر

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في منسوبي الإعلام المشتغلين في أجهزة الإعلام في المملكة العربية السعودية بقطاعاته المختلفة. وقد تم تحديد الأجهزة الإعلامية التالية كمؤسسات أساسية في تركيبة الإعلام السعودي:

- الإذاعة السعودية، وهي مؤسسة رسمية تابعة لوزارة الإعلام.
- التلفزيون السعودي، وهو مؤسسة رسمية تابعة لوزارة الإعلام.
- وكالة الأنباء السعودية، وهي مؤسسة رسمية تابعة لوزارة الإعلام.

وعلى الرغم من عدم التعامل الجماهيري المباشر إلا أنها تقع تحت تأثير الوسائل الإعلامية الأخرى ذات الامتداد الجماهيري.

• الصحافة السعودية، وهي مؤسسات ذات ملكية خاصة، ولكنها تقع تحت تأثير الدولة بدرجات أقل مما هي عليه المؤسسات الإعلامية الرسمية الأخرى.

وتم توزيع استمارات هذا البحث خلال الفترة من يناير إلى فبراير ٢٠٠٠م على كل المؤسسات الإعلامية السعودية بمختلف وسائلها (الإذاعة، التلفزيون، وكالة الأنباء السعودية، الصحف اليومية المحلية). وتم الطلب من مسؤولي هذه المؤسسات والإدارات توزيع هذه الاستمارات على عدد عشوائي من منسوبي تلك المؤسسات في القطاعات التحريرية ذات العلاقة بإعداد وتحرير الرسالة الإعلامية، والإدارية المتعلقة بإدارة العمل الإعلامي، والإنتاجية الخاصة بالجانب الفني في إنتاج الرسالة الإعلامية. وقد تم توزيع أعداد متفاوتة من الاستمارات على هذه المؤسسات حسب حجمها والتقدير العديدة لمنسوبيها. وقد بلغ عدد الإجمالي المستجيب لاستمارة هذا البحث ١٣٤ فرداً من الإعلاميين والإعلاميات من السعوديين وغير السعوديين العاملين في المؤسسات الإعلامية السعودية الرسمية والخاصة.

وتظهر الجداول التالية توزيع العينة حسب المتغيرات المؤسسية والمتغيرات الديموغرافية، فقد توزعت العينة بين كافة المؤسسات الإعلامية: الإذاعة السعودية، والتلفزيون السعودي، ووكالة الأنباء السعودية إضافة إلى الصحافة السعودية، والتي اشتملت على الثماني الصحف اليومية التي تصدر في مختلف مدن المملكة. ويبين جدول رقم ٢ هذا التوزيع التكراري والنسبي لأفراد العينة المنتسبين لهذه المؤسسات.

جدول رقم ٢. توزيع العينة حسب نوع المؤسسة الإعلامية

المؤسسة	التكرار	النسبة
الإذاعة	٢٣	١٧%
التلفزيون	٢٦	٢٠%
وكالة الأنباء	١٤	١٠%
الصحافة	٧١	٥٣%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

كما يوضح جدول رقم ٣ التوزيع التكراري والنسبي حسب ملكية الوسيلة الإعلامية، حيث إن الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء هي مؤسسات رسمية تابعة للدولة وتخضع لإدارتها وإشرافها من قبل وزارة الإعلام، بينما الصحافة تعد مؤسسات خاصة لا ترتبط ملكيتها بالدولة، وحسب توزيع أفراد العينة تبين أن ٤٧% هم من مؤسسات رسمية و ٥٣% هم من منسوبي المؤسسات الخاصة المتمثلة في الصحافة.

جدول رقم ٣. توزيع العينة حسب ملكية المؤسسة الإعلامية

الملكية	التكرار	النسبة
مؤسسة رسمية	٦٣	٤٧%
مؤسسة خاصة	٧١	٥٣%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

ويبين جدول رقم ٤ توزيع العينة حسب طبيعة الوسيلة، حيث تم تقسيم الوسائل الإعلامية إلى نوعين من الوسائل، إعلام مطبوع تمثل في الصحافة ووكالة الأنباء، وإعلام مرئي/ مسموع تمثل في الإذاعة والتلفزيون، حيث

بلغت نسبة أفراد العينة من المنتسبين للإعلام المطبوع ٦٣%، بينما المنتسبين للإعلام المرئي/ المسموع ٣٧%.

جدول رقم ٤. توزيع العينة حسب طبيعة الوسيلة الإعلامية

الوسيلة	التكرار	النسبة
إعلام مطبوع	٨٥	٦٣%
إعلامي مرئي/مسموع	٤٩	٣٧%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

وكما هو معروف، فإن التقسيمات المتخصصة للعمل الإعلامي تتوزع بين أقسام ثلاثة رئيسة هي أقسام التحرير، وأقسام الإدارة، وأقسام الإنتاج. ويبين جدول رقم ٥ التكرار والنسب التي تتوزع عليها الأعمال الإعلامية، حيث نسبة التحرير تمثل حوالي ثلاثة أرباع العينة، بينما تتوزع النسبة المتبقية بين أقسام المشتغلين في الأقسام الإدارية والإنتاجية.

جدول رقم ٥. توزيع العينة حسب طبيعة العمل الإعلامي

النسبة	التكرار	العمل
٧٦%	١٠١	التحرير
٧,٥%	١٠	الإنتاج
١٠٠%	* ١٣٣	المجموع

* يختلف عن العدد الإجمالي لأفراد العينة نتيجة نقص الاستجابة لهذا المتغير.

أما توزيع العينة حسب الجنس، فيبينه جدول رقم ٦ الذي يشير إلى الذكور بنسبة ٧٧% والإناث بنسبة ٢١%. وهذا الاختلاف بين الذكور والإناث ربما يعكس الواقع القائم في المؤسسات الإعلامية، حيث معظم المشتغلين فيها هم من الذكور.

جدول رقم ٦. توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	١٠٣	٧٩%
إناث	٢٨	٢١%

غير مستجيبين	٣	٢%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

تشتمل العناصر العاملة في مجال الإعلام على كفاءات سعودية وغير سعودية، ويوضح جدول رقم ٧ أن عدد أفراد العينة من السعوديين بلغ ١٠٠ من مجموع أفراد العينة الإجمالي، أي بنسبة ٧٥% مقابل ٢٢% من الكفاءات غير السعودية التي يتم الاستعانة بها في خدمة مختلف العمليات الإعلامية في المملكة العربية السعودية. ومعظم الأشخاص غير السعوديين الذين اشتركوا في عينة هذه الدراسة هم من الكفاءات العربية ومن أقطار عربية شقيقة.

جدول رقم ٧. توزيع العينة حسب الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة
سعوديون	١٠٠	٧٥%
غير سعوديين	٣٠	٢٢%
غير مستجيبين	٤	٣%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

ويبين جدول رقم ٨ توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي للأفراد. وقد تم تقسيم متغير التعليم إلى أربعة مستويات، هي الثانوية أو أقل منها، والمستوى الجامعي أو جزء منه، ومستوى الماجستير، ومستوى الدكتوراه. وأوضحت نسب العينة أن معظم أفراد العينة هم من أصحاب المستويات الجامعية بنسبة كبيرة قاربت ٧٠%، بينما الأفراد من حملة الثانوية العامة بلغت نسبتهم حوالي ١٨%، والمستويات التعليمية العليا (ماجستير ودكتوراه) وصلت إلى حوالي ١٤%.

جدول رقم ٨. توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى	التكرار	النسبة
ثانوية فأقل	٢٣	١٧,٢%
جامعة	٩٠	٦٧,٢%
ماجستير	١٢	٩,٠%
دكتوراه	٦	٤,٥%

غير مستجيبين	٣	٢,١%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

ويبين جدول رقم ٩ توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية، ومعظم أفراد العينة هم من المتزوجين، حيث بلغت هذه الفئة ٧٨%؛ أما العزاب (ذكورا وإناثا) فقد وصلت نسبتهم ٢٢%، أي حوالي خمس عناصر العينة.

جدول رقم ٩. توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
متزوجون	١٠٥	٧٨%
عزاب	٢٩	٢٢%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

يبين جدول رقم ١٠ توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية. وتبين أن أصغر فرد استجاب لهذه الدراسة كان عمره ٢٤ عاما، بينما أكبرهم وصل إلى ٥٧ عاما. ومن اللافت للنظر في عينة هذه الدراسة أن معظم المشتغلين في حقل الإعلام يقعون في الثلاثينيات العمرية، أي بنسبة ٢٥%، بينما حوالي ٢٠% في فئة عمرية أقل، وحوالي ١٦% في فئة عمرية أكبر. كما نلاحظ أن ٤٠% من أفراد العينة لم تستجب لهذا المتغير الخاص بالعمر، لأسباب قد تبدو شخصية.

جدول رقم ١٠. توزيع العينة حسب الفئات العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
٣٠ فأقل	٢٥	١٩%
٣١ - ٤٠	٣٤	٢٥%
أكثر من ٤٠	٢١	١٦%
غير مستجيبين	٥٤	٤٠%
المجموع	١٣٤	١٠٠%

أما جدول رقم ١١، فقد احتوى على مستوى الدخل الشهري لأفراد عينة البحث، حيث أوضحت الدراسة أن أقل مستوى دخل للمبحوث الواحد قد وصل إلى ١٥٠٠ ريال شهريا، بينما بلغ أكبر دخل للمبحوث في هذه الدراسة ٣٠٠٠٠ ريال. وتم تقسيم مستويات الدخل إلى ثلاث فئات، فئة الأقل من خمسة آلاف ريال، وفئة بين الخمسة والعشرة آلاف، وفئة الأكثر من عشرة آلاف ريال. ويبين الجدول أن الفئة الوسطى (من خمسة إلى عشرة آلاف ريال) تحظى على حوالي نصف أفراد العينة، بينما تتقاسم النصف الآخر الفئتان الأخريان بحوالي ٢٥% لكل منهما.

جدول رقم ١١. توزيع العينة حسب مستوى الدخل

النسبة	التكرار	المستوى بالآلاف
٢٠%	٢٧	أقل من خمسة آلاف ريال
٣٧%	٤٩	خمسة - عشرة آلاف
١٩%	٢٦	أكثر من عشرة آلاف ريال
٢٤%	٣٢	غير مستجيبين
١٠٠%	١٣٤	المجموع

وتم توزيع سنوات الخبرة التي يمتلكها كل فرد في العينة حسب أربع فئات، خمس سنوات فأقل، وست إلى عشر سنوات، وإحدى عشر سنة إلى عشرين، وأكثر من عشرين سنة خبرة. ويبين جدول رقم ١٢ أن أفراد العينة يمتلكون خبرات إعلامية طويلة، حيث قضى حوالي ٨٠% منهم سنوات تزيد على خمس، وقضى حوالي ٥٠% منهم سنوات تزيد على العشر. وكذلك أشارت العينة إلى أن حوالي ١٦% من أفرادها لهم خبرات تزيد على العشرين عاما.

جدول رقم ١٢. توزيع العينة حسب سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	السنوات
٢١%	٢٨	خمس فأقل
٣٠%	٤٠	٦ - ١٠
٣٠%	٤٠	١١ - ٢٠
١٦%	٢٢	أكثر من ٢٠
٣%	٤	غير مستجيبين

النتائج والتحليلات

أولاً: نتائج الاحتراق النفسي

أشارت النتائج العامة لهذه الدراسة أن مستوى الاحتراق النفسي لدى الإعلاميين في المؤسسات السعودية يتراوح بين المتوسط والمنخفض حسب الأبعاد الثلاثة للمقياس: الإجهاد الانفعالي، والتبلد الإحساسي، والإنجاز الشخصي. ويبين جدول رقم ١٣ متوسط درجات المقياس لمجمل أفراد العينة لكل بعد من الأبعاد الثلاثة. وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع المتوسط العام لكل المهن الذي استخدمته ماسلاك والمبين في جدول رقم ١، نلاحظ أن المتوسط العام لعينة هذه الدراسة تتمثل في مستوى متوسط من الاحتراق النفسي للأبعاد الثلاثة: الإجهاد الانفعالي، والتبلد الإحساسي، والإنجاز الشخصي.

جدول رقم ١٣. المستوى العام للاحتراق النفسي

البعد	المتوسط	الانحراف المعياري
الإجهاد الانفعالي	٢٢,١١	١٠,٧٤
التبلد الإحساسي	٦,٨١	٦,٧١
الإنجاز الشخصي	٣٦,٠٢	٨,٤٧

وقامت هذه الدراسة بقياس تأثير عدد من المتغيرات المؤسسية والفردية على مستوى الأداء في مقياس الاحتراق النفسي لماسلاك، ويبين جدول رقم ١٤ درجة الاحتراق حسب نوع المؤسسة الإعلامية. وتشير النتائج التي أفرزها هذا الجدول إلى تقارب المستويات بين مختلف الوسائل الإعلامية، والإذاعة، والتلفزيون، ووكالة الأنباء والصحافة، في الأبعاد الثلاثة. ويتبين هذا التقارب من خلال مستوى الدلالة الإحصائية (ANOVA F) الموضحة مع الجدول. وعلى الرغم من هذا التشابه، إلا أنه يمكن الإشارة إلى أن درجات الاحتراق لدى العينة من منسوبي الإذاعة هي أكثر منها في باقي الوسائل الإعلامية في الأبعاد الثلاثة للمقياس. مع ملاحظة أنه كلما زادت درجة المقياس في بعدي الإجهاد

الانفعالي والتبلد الشخصي، دل ذلك على ارتفاع درجة الاحتراق النفسي. وبالعكس هي مع البعد الثالث المعني بالإنجاز الشخصي، حيث كلما انخفضت الدرجة ارتفع مستوى الاحتراق.

جدول رقم ١٤. درجة الاحتراق النفسي حسب نوع المؤسسة الإعلامية

المؤسسة	الإجهاد الانفعالي	التبلد الشخصي	الإنجاز الشخصي
الإذاعة	٢٣,٤	٨,٤	٣٣,٤
التلفزيون	٢١,٥	٦,٧	٣٦,٥
وكالة الأنباء	٢١,٩	٥,٦	٣٦,٤
الصحافة	٢١,٩	٦,٥	٣٦,٦
المجموع	٢١,٩	٥,٦	٣٦,٤
Anova F	٠,١٤٦	٠,٦٢٦	٠,٨٥٨
Sig.	٠,٩٣٢	٠,٥٩٩	٠,٤٦٥
Df.	١٣٠	١٣٠	١٣٠

أما جدول رقم ١٥، فيوضح درجة الاحتراق النفسي لمجمل العينة حسب متغير الملكية لوسائل الإعلام. وتظل درجات الاحتراق تميل إلى درجات متوسطة في الأبعاد الثلاثة، إلا أننا نلاحظ أن المؤسسات الإعلامية الرسمية (الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء) تزداد درجات الاحتراق فيها بمقارنتها مع المؤسسات الخاصة التي تمثلها الصحافة المحلية السعودية، ويعود ذلك ربما إلى الضغوط الرسمية التي يواجهها منسوبو المؤسسات الرسمية من قبل الدولة، على عكس ما يواجهه منسوبو المؤسسات الخاصة في درجة أقل من الضغوط الرسمية.

جدول رقم ١٥. درجة الاحتراق النفسي حسب ملكية المؤسسة الإعلامية

الملكية	الإجهاد الانفعالي	التبلد الشخصي	الإنجاز الشخصي
مؤسسة رسمية	٢٢,٣	٧,١	٣٥,٤
مؤسسة خاصة	٢١,٩	٦,٥	٣٦,٦
المجموع	٢٢,١	٦,٨	٣٦,٠

٠,٦٨٩	٠,٢٤٤	٠,٠٤٣	Anova F
٠,٤٠٥	٠,٦٢٢	٠,٨٣٦	Sig.
١٣٠	١٣٠	١٣٠	df.

وبتقسيم الإعلام إلى تقسيماته الرئيسية: إعلام مطبوع وإعلام مرئي/مسموع. يبين جدول رقم ١٦ تشابها عند استخدام هذا المتغير، مع ملاحظة أن الإعلام المرئي/ المسموع (الإذاعة والتلفزيون) تشكل درجات المقياس فيها ارتفاعا أكبر في الاحتراق النفسي من قريناتها من الإعلام المطبوع. وقد يأتي ذلك نتيجة أن الإعلام الإذاعي والتلفزيوني يتم فيه العمل تحت ضغوط شديدة، وأي خطأ فيه يكون عرضة مباشرة للمساءلة والتحقيق.

جدول رقم ١٦. درجة الاحتراق النفسي حسب طبيعة الوسيلة الإعلامية

الإنجاز الشخصي	التبؤء الشخصي	الإجهاء الانفعالي	الوسيلة
٣٦,٦	٦,٤	٢١,٩	إعلام مطبوع
٣٥,٠	٧,٥	٢٢,٤	إعلام مرئي/مسموع
٣٦,٠	٦,٨	٢٢,١	المجموع
٠,٩٧٩	٠,٩٠٠	٠,٠٦٧	Anova F
٣٢٤.	٠,٣٤٤	٠,٧٩٧	Sig.
١٣٢	١٣٢	١٣٢	df.

ويبين جدول رقم ١٧ التقسيمات الرئيسية للعمليات الإعلامية من حيث أقسام التحرير والإدارة والإنتاج. ونلاحظ أن ارتفاعا ملحوظا لدى منسوبي الأقسام الإدارية في الإجهاء الانفعالي مقارنة بأقسام التحرير والإنتاج. أما البعد الخاص بالتبؤء الشخصي، فيتبين منه أن الدرجات مختلفة بين الأقسام. ونلاحظ أن معدل درجات مقياس الاحتراق النفسي هو متوسط في أقسام التحرير والإدارة، إلا أنه منخفض لدى أقسام الإنتاج. ودرجات بعد الإنجاز الشخصي لدى التحرير هي أكثر من درجات نظرائهم في الأقسام الأخرى، مما يعني أن شعور التحرير بمستوى الإنجاز هو أعلى من ذلك الخاص بالإنجاز الشخصي لدى أقسام الإدارة وشؤون الإنتاج.

جدول رقم ١٧. درجة الاحتراق النفسي وطبيعة العمل الإعلامي

الإنجاز الشخصي	التبؤء الشخصي	الإجهاء الانفعالي	العمل
----------------	---------------	-------------------	-------

٣٦,٥	٦,٨	٢١,٦	التحرير
٣٤,٦	٧,٢	٢٤,٤	الإدارة
٣٤,٧	٥,٤	٢٢,٠	الإنتاج
٣٦,٠	٦,٨	٢٢,١	المجموع
٠,٥٥٤	٠,٢٥٨	٠,٦٠٤	Anova F
٠,٥٧٦	٠,٧٧٣	٠,٥٤٨	Sig.
١٣٠	١٣٠	١٣٠	df

وبالنظر في المتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة، توضح الجداول السبعة التالية درجة الاحتراق النفسي حسب قيم كل متغير من المتغيرات الفردية في هذه الدراسة. ويتضح من جدول رقم ١٨، الذي يبين درجة الاحتراق النفسي حسب متغير الجنس، أن هناك تقارباً بين مستويات الذكور والإناث، مع وجود زيادة بسيطة - بدون دلالة إحصائية - في طرف الإعلاميات في الإجهاد الانفعالي والتبلد الإحساسي، مما يعني أن درجة الاحتراق لديهن أكثر من زملائهن من الرجال. وعلى الرغم من ذلك، فإن الشعور بالإنجاز الشخصي لدى النساء أعلى من تلك الدرجات التي حصل عليها الذكور، وربما يأتي ذلك نتيجة أن سقف التوقعات لدى المرأة يقل كثيراً عن حجم الإنجاز المتوقع من قبل الذكور.

جدول رقم ١٨. درجة الاحتراق النفسي حسب الجنس

الإنجاز الشخصي	التبلد الشخصي	الإجهاد الانفعالي	الجنس
٣٥,٧	٦,٧	٢١,٨	ذكور
٣٧,٩	٦,٨	٢٢,٨	إناث
٣٦,٢	٦,٧	٢٢,٠	المجموع
١,٤٨٣	٠,٠٠٩	٠,١٧٦	Anova F
٠,٢٢٥	٠,٩٢٥	٠,٦٧٦	Sig.
١٢٩	١٢٩	١٢٩	Df

ومن الاختلافات في المتغيرات الديموغرافية ما نلاحظه في متغير الجنسية، الذي يوضحه جدول رقم ١٩، حيث إن درجة الاحتراق النفسي لدى أفراد العينة من السعوديين هي أعلى من نظرائهم غير السعوديين في الإجهاد الانفعالي والتبلد الإحساسي، نتيجة ما تعكسه الضغوط المهنية الموجهة بدرجة أكبر إلى الإعلاميين السعوديين. وبعكس البعد الخاص بالإنجاز الشخصي، حيث يرى المشتغلون في الإعلام السعودي من غير السعوديين أنهم أكثر شعورا وإحساسا بأهمية الإنجاز الذي يحققونه على صعيد العمل الإعلامي، وذلك لكون العمل المتوقع من غير السعوديين هو في إطار محدد وبمسؤوليات واضحة.

جدول رقم ١٩. درجة الاحتراق النفسي حسب الجنسية

الإنجاز الشخصي	التبلد الشخصي	الإجهاد الانفعالي	الجنسية
٣٥,٣	٧,٢	٢٢,٦	سعوديون
٣٧,٧	٦,٣	٢١,١	غير سعوديين
٣٥,٨	٧,٠	٢٢,٢	المجموع
١,٨٩٠	٠,٣٤٥	٠,٤٠٧	Anova F
٠,١٧٢	٠,٥٥٨	٠,٥٢٥	Sig.
١٢٨	١٢٨	١٢٨	Df.

ويوضح جدول رقم ٢٠ درجة الاحتراق النفسي حسب المستوى التعليمي لأفراد العينة، حيث نلاحظ أن حملة الدكتوراه هم أكثر احتراقا من غيرهم في الإجهاد الانفعالي، وهم كذلك أقل شعورا بأهمية ما ينجزونه على الصعيد الإعلامي. كما نلاحظ أن أصحاب المستويات العلمية العليا (ماجستير ودكتوراه) هم أقل من غيرهم إحساسا بالتبلد في مجال العمل، حيث إن درجاتهم تؤهلهم إلى مستوى منخفض من الاحتراق في هذا البعد.

جدول رقم ٢٠. درجة الاحتراق النفسي حسب المستوى التعليمي

المستوى	الإجهاد الانفعالي	التبلد الشخصي	الإنجاز الشخصي
ثانوية فأقل	٢١,٥	٦,٧	٣٥,٣

٣٦,١	٧,٦	٢٢,٩	جامعة
٣٩,٨	٢,٤	١٦,٩	ماجستير
٣١,٨	٤,٣	٢٤,٥	دكتوراه
٣٦,١	٦,٨	٢٢,٢	المجموع

١,٣١٢	٢,٥١٤	١,٢٢٧	Anova F
٠,٢٧٣	٠,٠٦١	٠,٣٠٣	Sig.
١٢٧	١٢٧	١٢٧	df

وبالنظر في متغير الحالة الاجتماعية، نلاحظ في جدول رقم ٢١ انطباقاً في الدرجة بين فئتي المتزوجين والعزاب في البعد المعني بالتبليد الإحساسي، ولكن نلاحظ اختلافاً في البعدين الآخرين. فدرجات الإجهاد الانفعالي تعكس ارتفاعاً لدى المتزوجين، مما يعني أن درجة الاحتراق هي أكبر لديهم من نظرائهم العزاب. ونفس الشيء موجود لدى الإحساس بالإنجاز الشخصي، فالعزاب يشعرون بدرجة أعلى من نظرائهم المتزوجين بخصوص الإنجاز الشخصي على صعيد العمل.

جدول رقم ٢١. درجة الاحتراق النفسي حسب نوع الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	الإجهاد الانفعالي	التبليد الشخصي	الإنجاز الشخصي
متزوجون	٢٤,٨	٦,٨	٣٣,٠
عزاب	٢١,٤	٦,٨	٣٦,٨
المجموع	٢٢,١	٦,٨	٣٦,٠

٤,٧١١	٠,٠٠٠	٢,٣٨٩	Anova F
٠,٠٣٢	٠,٩٨٤	٠,١٢٥	Sig.
١٣٢	١٣٢	١٣٢	Df

ويبين جدول رقم ٢٢ درجة الاحتراق النفسي حسب الفئات العمرية المختلفة لعينة الدراسة. ومن الملاحظ أنه كلما زاد العمر لدى المشتغلين في حقل الإعلام، قلت درجة الاحتراق النفسي، ويعني ذلك أيضاً أن الأكثر شباباً من الإعلاميين هم الأكثر احتراقاً. وتتساوى هذه النتيجة على كافة الأبعاد الثلاثة للمقياس. مع ملاحظة أن

الاختلاف في الإجهاد الانفعالي هو ذو دلالة إحصائية واضحة (0.002).

جدول رقم ٢٢. درجة الاحتراق النفسي حسب الفئات العمرية

الفئة العمرية	الإجهاد الانفعالي	التباعد الشخصي	الإنجاز الشخصي
٣٠ فأقل	٢٦,٢	٧,٠	٣٤,٨
٣١ - ٤٠	١٩,٢	٦,٣	٣٧,٤
٤٠ فأكثر	١٧,٤	٣,٨	٣٧,٠
المجموع	٢٠,٩	٥,٩	٣٦,٥
Anova F	٦,٨١٢	١,٨٨٣	٠,٧٣٨
Sig.	٠,٠٠٢	٠,١٥٩	٠,٤٨٢
df	٧٧	٧٧	٧٧

أما درجة الاحتراق النفسي حسب الدخل الشهري فيوضحها جدول رقم ٢٣، الذي يشير إلى تقارب واضح بين الفئات الاقتصادية الممثلة في مجمل الدخل الشهري لأفراد العينة. مع ملاحظة أن فئة العشرة آلاف فأكثر هي أقل احتراقاً من نظيراتها الأقل دخلاً في البعد الثاني للمقياس الخاص بالتباعد الشخصي.

جدول رقم ٢٣. درجة الاحتراق النفسي حسب مستوى الدخل

المستوى بالآلاف	الإجهاد الانفعالي	التباعد الشخصي	الإنجاز الشخصي
أقل من خمسة آلاف ريال	٢٢,٩	٧,٤	٣٦,٢
خمسة - عشرة آلاف ريال	٢٢,٧	٧,٧	٣٥,٢
أكثر من عشرة آلاف ريال	٢١,٩	٥,٠	٣٥,٩
المجموع	٢٢,٦	٧,٠	٣٥,٦
Anova F	٠,٠٦٦	١,٥١٧	٠,١٣٠
Sig.	٠,٩٣٧	٠,٢٢٤	٠,٨٧٨
df.	٩٩	٩٩	٩٩

وفي إطار المتغيرات الديموغرافية يوضح جدول رقم ٢٤ درجة الاحتراق النفسي حسب سنوات الخبرة للمبحوثين من أفراد العينة. وتشير الدراسة إلى وجود تقارب بين كل فئات الخبرة، عدا الاختلاف الواضح مع

أصحاب الخبرة الطويلة في ميدان الإعلام للذين تتجاوز خبراتهم عشرين عاما فأكثر، باعتبارهم الأقل احترقا وفقا للمقياس المستخدم في هذا البحث بمختلف أبعاده الثلاثة. وعلى العكس من ذلك، فإن الأشخاص الأقل خبرة هم الأكثر احترقا بمقارنتهم مع نظرائهم الأقدم في ميدان العمل الإعلامي.

جدول رقم ٢٤. درجة الاحتراق النفسي حسب سنوات الخبرة

السنوات	الإجهاد الانفعالي	التباعد الشخصي	الإنجاز الشخصي
خمس فأقل	٢٤,٤	٥,٩	٣٤,٥
٦ - ١٠	٢١,٨	٧,٩	٣٦,٨
١١ - ٢٠	٢٣,٦	٧,٤	٣٥,١
أكثر من ٢٠	١٩,٠	٥,١	٣٧,٦
المجموع	٢٢,٤	٦,٩	٣٥,٩
Anova F	١,٢٤١	١,٠٩٢	٠,٨١٤
Sig.	٠,٢٩٨	٠,٣٥٥	٠,٤٨٩
df	١٢٦	١٢٦	١٢٦

ثانيا: نتائج الضغوط المهنية

بالإضافة إلى تطبيقات مقياس ماسلاك للاحتراق النفسي، قامت هذه الدراسة بقياس نوعية الضغوط التي يواجهها الإعلاميون في ميدان عملهم، وذلك بتحديد ست فقرات تقيس مدى الضغوط من قبل الوسائل الإعلامية المنافسة، ومن قبل الضغوط الداخلية للمؤسسة الإعلامية ذاتها، كما من قبل المجتمع بشكل عام. وتوضح نتائج هذه الدراسة اختلافا واضحا عند عرض النتائج حسب المتغيرات المؤسسية والمتغيرات الفردية. ويوضح جدول رقم ٢٥ درجة الضغوط المهنية حسب المتغيرات المؤسسية، مع تحديد قيمة ANOVA ودرجة الدلالة الإحصائية. ومن بين الأربعة المتغيرات الموجودة في الجدول، يتضح أن ثلاثة منها ذات دلالات إحصائية.

بخصوص نوع المؤسسة نلاحظ أن هناك اختلافا بين المؤسسات الإعلامية (إذاعة، وتلفزيون، ووكالة، وصحافة) من ناحية حجم الضغوط التي يواجهها الإعلاميون، ولكن بدرجة أكثر في جهاز

التلفزيون ووكالة الأنباء وبدرجة أقل في الصحافة. مما يعني أن جهاز التلفزيون هو الأكثر تعرضاً للضغوط والصحافة الأقل تعرضاً للضغوط. وهذا يتضح أكثر إذا قارنا المؤسسات الإعلامية الرسمية مع تلك الإعلامية غير الرسمية (الصحافة)، فإننا نلاحظ أن هناك اختلافاً كبيراً بينهما، مما يؤكد فكرة أن المؤسسات الرسمية هي الأكثر تعرضاً للضغوط المهنية بشكل عام. ومن المهم التوضيح هنا أن وكالة الأنباء السعودية باعتبارها وكالة رسمية فإنها تخضع لضغوط مهنية كبيرة، حيث هي في مقدمة وسائل الإعلام السعودية في نشر الأخبار والتغطيات الرسمية، وتواجه ضغوطاً رسمية في حالة عدم حضورها أو وجودها في المناسبات المختلفة للدولة. كما تواجه الوكالة ضغوطاً من قبل الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في حالة عدم مباشرتها في نشر وبت الأخبار الرسمية للدولة في وقت سريع وبطريقة مباشرة. أما بخصوص التقسيم النوعي للوسائل، فيبين الجدول أن الإعلام المرئي/المسموع هو الأكثر تعرضاً لضغوط مهنية واضحة بالمقارنة مع الإعلام المطبوع وحسب تقسيمات العمل الإعلامي المتخصص، فإن الاختلاف يكون بسيطاً بين أقسام التحرير والإدارة والإنتاج، بدون أي دلالات إحصائية.

جدول رقم ٢٥. درجة الضغوط المهنية حسب المتغيرات المؤسسية

ANOVA	الضغوط المهنية	النوع	المتغير
F=4.913 Sig.=0.003 Df. =130	٢٠,٠ ٢٢,٣ ٢١,٤ ١٦,٢	- الإذاعة - التلفزيون - وكالة الأنباء - الصحافة	نوع المؤسسة
F=13.792 Sig.=0.000 Df. =132	٢١,٣ ١٦,٢	- رسمية - خاصة	ملكية الوسيلة
F=8.443 Sig.=0.004 Df. =132	١٧,٠ ٢١,٢	- مطبوعة - مرئي/مسموع	طبيعة الوسيلة
F=0.943 Sig.=0.394 Df. =130	١٨,٢ ٢٠,٨ ١٨,١	- تحرير - إدارة - إنتاج	طبيعة العمل

أما المتغيرات الفردية، فتتضح من خلال مراجعة جدول رقم ٢٦، الذي يشير إلى درجة الضغوط المهنية حسب سبعة متغيرات. ونلاحظ أن متغير الجنس ذو دلالة إحصائية، مما يعني أن الذكور هم الأكثر تعرضاً للضغوط من نظرائهم من الإناث، حيث إن الذكور يتصدرون الواجهات الإعلامية ويواجهون الضغوط المؤسسية والمجتمعية، بينما الإناث يعملن في مستويات تنفيذية بعيدة نسبياً عن الضغوط المباشرة. أما متغير الحالة الاجتماعية، فإن الجدول يوضح أن المتزوجين يتعرضون أكثر من العزاب للضغوط المهنية. وبمقارنة السعوديين مع غيرهم من غير السعوديين، يبين الجدول أن المشتغلين من غير السعوديين يقل تعرضهم للضغوط المهنية مقارنة بزملائهم من السعوديين، وهذا أمر واضح - ربما - نتيجة أن السعوديين هم الذين يمثلون الواجهة التي تتعرض للضغوط بشكل عام. ونلاحظ أن متغيرات العمر والدخل والخبرة هي كذلك تحمل اختلافات بسيطة بين فئاتها المختلفة، ولكنها لا تمثل دلالات إحصائية تذكر. وعموماً ففي نفس هذه المتغيرات الثلاثة، فإن أفراد العينة الأصغر عمراً، والأقل خبرة، والأكثر دخلاً هم الذين يواجهون ضغوطاً أكثر من غيرهم من الفئات الأخرى في نفس المتغير.

جدول رقم ٢٦. درجة الضغوط المهنية حسب المتغيرات الفردية

ANOVA	الضغوط المهنية	النوع	
F=6.092 Sig.=0.015 Df.=129	١٩,٥ ١٥,٣	- ذكور - إناث	الجنس
F=1.929 Sig.=0.167 Df.=132	٢٠,٥ ١٨,١	- متزوجون - عزاب	الحالة الاجتماعية
F= 21.375 Sig.=0.000 Df.=128	٢٠,١ ١٢,٧	- سعوديون - غير سعوديين	الجنسية
F=1.307 Sig.=0.275 Df.=127	١٩,٠ ١٩,١ ١٤,٢ ١٨,٨	- ثانوية فأقل - جامعة - ماجستير - دكتوراه	المستوى التعليمي
F=0.907 Sig.=0.4083	٢٠,٢	- ٣٠ فأقل	الفئات العمرية

Df. =77	١٧,٤	٤٠ - ٣١ -	
	١٧,٦	- أكثر من ٤٠	
F=0.007	١٨,٨	- أقل من خمسة آلاف	مستوى الدخل
Sig.=0.993	١٩,٠	- خمسة- عشرة	
Df. =99	١٩,٠	- أكثر من عشرة آلاف	
F=0.358	١٩,٩	- خمس فأقل	سنوات الخبرة
Sig.=0.783	١٧,٩	١٠ - ٦ -	
Df. =126	١٨,٧	٢٠ - ١١ -	
	١٨,٠	- أكثر من ٢٠	

ومن خلال استجابة أفراد العينة لبعض الاستفسارات الخاصة ببيئة العمل، يوضح جدول رقم ٢٧ عدداً من المتغيرات التي تعكس مدى الانسجام والتوافق على صعيد العمل، ومدى توافر الفرص التدريبية المتاحة للإعلاميين. ونلاحظ أن الانسجام متوافر بنسبة كبيرة على الدوام، حيث إن ٦٣% من أفراد العينة يرون ذلك، بينما نسبة الذين يرون توافر التعاون في بعض الأحيان هي ٣٢%. أما السؤال بخصوص توافر الفرص التدريبية في مجال العمل، فإنها ليست بصفة دائمة (١٤%)، وإنما تأتي في بعض الأحيان (٤٢%). وحوالي ٤٤% يرون بأنها غير متوافرة أو في حكم النادر. أما السؤال الذي يستجلي مدى تعرض الأفراد من العينة لملاحظات سلبية من قبل رؤسائهم في العمل، فإن حوالي النصف منهم يواجهون مثل هذه الملاحظات السلبية، ويرى حوالي النصف الآخر أنها نادرة أو غير موجودة. وفي نفس الجدول حاولت الدراسة التعرف على مدى توافر الوقت لممارسة الهوايات الترويحية عن الأفراد من هذه العينة، لأن الهوايات تعمل على تنفيس الضغط الذي يتولد من بيئة العمل. وأشار الجدول إلى أن ١٢% فقط يمارسون هواياتهم بصفة منتظمة، بينما حوالي نصف أفراد العينة لا يمارسون هواياتهم في بعض الأحيان.

جدول رقم ٢٧. مدى الانسجام والتعاون مع بيئة العمل

السؤال	دائماً	أحياناً	نادراً	غير موجود	المجموع
مدى الانسجام والتعاون في بيئة العمل	٦٣	٣٢	٣	٢	١٠٠%
مدى توافر الفرص التدريبية في بيئة	١٤	٤٢	١٨	٢٦	١٠٠%

العمل	٧	٤٢	٣٤	١٧	١٠٠%
وجود ملاحظات سلبية من رؤساء العمل	٧	٤٢	٣٤	١٧	١٠٠%
مدى ممارسة الهوايات في وقت الفراغ	١٢	٤٩	٢١	١٨	١٠٠%

ومن الأسئلة التي طرحت على أفراد العينة سؤال التفكير المستقبلي للعمل الإعلامي: لو كان لديك الخيار هل ستظل في هذا العمل؟ أم تنتقل إلى عمل آخر في مجال الإعلام؟ أم تنتقل إلى عمل آخر خارج ميدان الإعلام؟ وتقصّد الدراسة من هذا السؤال التعرف على مدى الارتياح والرغبة في العمل الإعلامي الحالي. وقد أشار جدول رقم ٢٨ إلى أن نسبة تزيد قليلا على نصف العينة تفضل الاستمرار في نفس المؤسسة الإعلامية، مما يدل على مستوى جيد من الرغبة في الاستقرار المهني. وتوجد نسبة ٣٠% من مجمل أفراد العينة ترغب الانتقال إلى عمل آخر ولكن في حدود المجال الإعلامي. أما من يرغب في ترك الإعلام نهائيا، فهي نسبة بسيطة جدا لا تتجاوز ٧%، وهذا يدل على أن العمل الإعلامي يوفر ظروفًا مناسبة جدا للكوادر العاملة فيه، على الرغم من وجود حالات من الاحتراق المتوسط لدى الفئات الإعلامية المختلفة.

جدول رقم ٢٨. خيارات التفكير المستقبلي للعمل الإعلامي

النسبة	الخيارات
٥٣%	أظل في هذا العمل
٣٠%	أنتقل إلى عمل آخر في مجال الإعلام
٧%	أنتقل إلى عمل آخر خارج ميدان الإعلام
١٠%	لا أعرف
١٠٠%	المجموع

وفي نفس السؤال السابق الخاص باستمرار الرغبة في العمل الإعلامي، تم تحليل العينة التي استجابت لهذا السؤال وفق متغيرات مؤسسية ومتغيرات فردية لهذه الدراسة. ويشير جدول رقم ٢٩ إلى توزيع العينة حسب المتغيرات المؤسسية. ونلاحظ أن الأفراد المشاركين في الدراسة من

المؤسسات الإعلامية تفضل أغلبيتهم البقاء في نفس المؤسسة بنسب تزيد على ٥٠%، عدا وكالة الأنباء التي يوجد بها حوالي الثلث فقط يتمثلون في نفس الرغبة. وتتراوح نسبة من يرغب في ترك العمل الإعلامي بين ٥-١٥% في مختلف المؤسسات الإعلامية. ونفس النتيجة تقريبا نلاحظها في متغير الملكية (الإعلام الرسمي والإعلام الخاص)، ولكن بقدر أكبر من النسبة التي تفضل البقاء في عملهم من منسوبي القطاعات الخاصة (٥٧%)، مقارنة بمنسوبي القطاعات الرسمية (٤٨%). أما بخصوص طبيعة المؤسسة الإعلامية، فهناك تطابق تام بين النسب الخاصة بالإعلام المطبوع والإعلام المرئي/ المسموع، حيث إن ٥٣% من كلا الفئتين تفضل الاستمرار في نفس العمل، و ٣٠% للتحويل إلى عمل آخر في المجال الإعلامي. أما بخصوص تقسيمات العمل الإعلامي (التحرير، والإدارة، والإنتاج)، فيشير الجدول إلى تقارب في أعداد من ترغب البقاء في مجال عملها، حيث تتراوح نسبهم بين ٥٢% إلى ٥٦%.

جدول رقم ٢٩. توزيع العينة حسب المتغيرات المؤسسية وحسب سؤال الاستمرار في العمل

النوع	الاستمرار عمل إعلامي آخر	عمل غير إعلامي	غير المجموع	معروف
نوع- الإذاعة	٥٧	٢٩	٩	١٠٠%
المؤسسة - التلفزيون	٥٠	٣١	١١	١٠٠%
- وكالة الأنباء	٣١	٥٤	-	١٠٠%
- الصحافة	٥٧	٢٦	١١	١٠٠%
ملكية- رسمية	٤٨	٣٥	٩	١٠٠%
الوسيلة - خاصة	٥٧	٢٦	١١	١٠٠%
طبيعة- مطبوعة	٥٣	٣٠	١٠	١٠٠%
الوسيلة - مرئي/مسموع	٥٣	٣٠	١١	١٠٠%
طبيعة- تحرير	٥٤	٣١	١٠	١٠٠%
العمل - إدارة	٥٢	٢٩	٥	١٠٠%
- إنتاج	٥٦	١١	٢٢	١٠٠%

أما جدول رقم ٣٠، فيوضح توزيع العينة حسب المتغيرات الفردية في إطار الإجابة عن سؤال الاستمرار في العمل. ومما يلفت الانتباه إلى أن نسبة الذكور هي أكثر من الإناث ممن يفضل الاستمرار في العمل في نفس المؤسسة، مما يدل على عدم استقرار وظيفي للمرأة في المؤسسة الإعلامية الحالية، بينما تبدي حوالي ٤٠% منهن الرغبة في الانتقال إلى عمل إعلامي آخر. ونفس النتيجة تقريبا عند تقسيم الحالة الاجتماعية إلى متزوجين وعزاب، حيث إن أكثرية المتزوجين يودون الاستمرار في عملهم الحالي مقارنة بنسبة أقل من العزاب على الرغم من حجم الضغوط التي يواجهونها على صعيد العمل، وربما يكون تفسير ذلك أن المتزوجين هم أصحاب أسر ومسؤوليات وغير راغبين في تحويل أعمالهم والتنقل بين مؤسسات وبيئات عمل جديدة. أما بشأن متغير الجنسية، فإن ٦٠% من غير السعوديين يرغبون الاستمرار مقارنة بـ ٥٠% من السعوديين، وربما يأتي ذلك نتيجة قناعات غير السعوديين بانتظام عملهم في مؤسساتهم الحالية وصعوبة الانتقال إلى مؤسسات أخرى نتيجة بعض الإجراءات النظامية التي قد تكون عائقا أمام هذا التوجه. ومتغير المستوى التعليمي يشير إلى أن ٧٥% من حاملي الماجستير يرغبون البقاء في مؤسساتهم، ونسبة أقل بكثير (٣٣%) لحاملي شهادة الدكتوراه، والتي ربما تكون مؤسساتهم الإعلامية التي يعملون فيها أقل من توقعاتهم وطموحاتهم المهنية. وعمريا، هناك نتائج متشابهة بين مختلف الفئات، بعكس متغير الدخل الشهري الذي يبين فارقا كبيرا بين ذوي الدخل الدنيا والمتوسطة والكبيرة، حيث إن ذوي الدخل الأعلى لديهم الرغبة - كما هو متوقع - في الاستمرار في أعمالهم الحالية بنسبة تصل إلى ٦٤%. وأخيرا في نفس الجدول، فإن هؤلاء الذين لهم خبرات قصيرة في مجال الإعلام هؤلاء الذين لهم خبرات طويلة لديهم تفضيل واضح في البقاء في مؤسساتهم الإعلامية، وربما مرد ذلك أن ذوي الخبرات القصيرة يحتاجون وقتا أطول للتأقلم مع بيئة العمل والبحث عن الاستقرار الوظيفي، بينما هؤلاء الذين لديهم خبرات طويلة يكونون قد حسموا موضوع لمكان الوظيفي. وتظل الفئة الثانية (٦-١٠ سنوات) وهي الأقل رغبة في الارتباط الوظيفي بنفس جهة العمل ولديها رغبة شديدة في الانتقال إلى بيئة عمل إعلامية جديدة، حيث وصل ٥٠% من هذه الفئة إلى مثل هذه القناعات.

جدول رقم ٣٠. توزيع العينة حسب المتغيرات الفردية وحسب سؤال الاستمرار في العمل

المتغير	النوع	الاستمرار	عمل إعلامي	عمل غير إعلامي	غير معروف	المجموع
الجنس	- ذكور	٥٤	٢٧	٨	١١	%١٠٠
	- إناث	٤٨	٤٠	٣	%٩	%١٠٠
الحالة الاجتماعية	- متزوجون	٥٥	٢٦	٨	١١	%١٠٠
	- عزاب	٤٦	٤٣	٤	٧	%١٠٠
الجنسية	- سعوديون	٥٠	٣٠	٧	١٣	%١٠٠
	- غير سعوديين	٦٠	٣٠	٧	٣	%١٠٠
المستوى التعليمي	- ثانوية فأقل	٥٢	٣٩	-	٩	٩
	- جامعة	٥٢	٣٢	٨	٨	٨
	- ماجستير	-	-	٨	١٧	١٧
	- دكتوراه	٧٥	١٧	١٧	٣٣	٣٣
الفئات العمرية	- ٣٠ فأقل	٥٤	٢٩	٨	٩	%١٠٠
	- ٣١ - ٤٠	٥٦	٣٨	٣	٣	%١٠٠
	- ٤٠ فأكثر	٥٧	٢٩	٥	٩	%١٠٠
مستوى الدخل	- أقل من خمسة آلاف	٣٨	٤٢	٨	١٢	%١٠٠
	- خمسة-أقل من عشرة	٥٢	٢٩	٦	١٣	%١٠٠
	- أكثر من عشرة آلاف	٦٤	٢٠	١٢	٤	%١٠٠
سنوات الخبرة	- خمس فأقل	٦١	٢١	٧	١١	%١٠٠
	- ٦ - ١٠	٤٠	٥٠	٢	٨	%١٠٠
	- ١١ - ٢٠	٤٩	٢٦	٧	١٨	%١٠٠
	- أكثر من ٢٠	٧٢	١٨	١٠	-	%١٠٠

الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على حجم الضغوط المهنية ودرجة الاحتراق النفسي الذي يعاني منه المشتغلون في المؤسسات الإعلامية السعودية، وذلك من خلال مسح ميداني لمختلف منسوبي الأجهزة الإعلامية الرسمية والخاصة في المملكة العربية السعودية. وتم توظيف مقياس ماسلاك للاحتراق النفسي، إضافة إلى فقرات خاصة بالضغوط المهنية. ويمكن تلخيص أهم النتائج لهذه الدراسة على النحو التالي:

أولاً: من خلال تطبيق مقياس ماسلاك للاحتراق النفسي أثبتت نتائج هذه الدراسة وجود درجات متوسطة من الاحتراق النفسي في أبعاده الثلاثة المتمثلة في الإجهاد الانفعالي والتبليد الإحساسي والإنجاز الشخصي في ممارسة العمل الإعلامي في المملكة العربية السعودية. ومثلت الإذاعة أعلى درجات الاحتراق النفسي مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى المتمثلة في هذا البحث. واتضح من الدراسة أن المؤسسات الإعلامية الرسمية هي أكثر احتراقاً من تلك الوسائل التابعة للقطاع الخاص. ويقصد بالوسائل الإعلامية الخاصة في سياق هذا البحث المؤسسات الصحافية التي تصدر عنها الصحف السعودية اليومية. أما بخصوص المقارنة بين الإعلام المطبوع والإعلام المرئي والمسموع، فإن درجة الاحتراق مرتفعة مع أجهزة الإذاعة والتلفزيون وأقل مع الوسائل المطبوعة كالصحافة ووكالة الأنباء. ومن خلال طبيعة الأقسام المتخصصة في المجال الإعلامي، أشارت النتائج إلى أن أقسام التحرير والإدارة الإعلامية هي أكثر احتراقاً من تلك الخاصة بالإنتاج التي قد ترى نفسها تنفيذية بشكل عام.

ثانياً: أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الاحتراق النفسي يبدو أكثر وضوحاً بين الفئات التالية: الإناث، السعوديون، حملة الدكتوراه، المتزوجون، الأصغر سناً، والأقل دخلاً وخبرة في مجال الإعلام. وهذا ما يمكن أن نطلق عليه شخصية (بروفایل profile) الاحتراق في الإعلام السعودي.

ثالثاً: بخصوص مستوى الشعور بالضغط المهنية التي يواجهها الإعلاميون، أشارت نتائج هذا البحث إلى أن منسوبي المؤسسات الإعلامية في القطاع العام من إذاعة وتلفزيون ووكالة أنباء هم الأكثر تعرضاً للضغط الإعلامية مقارنة بمؤسسات القطاع الخاص المتمثلة في الصحافة. وكذلك يتعرض المشتغلون في إدارة الإعلام إلى ضغوط أكثر من نظرائهم في التحرير والإنتاج.

رابعاً: تشير نتائج البحث إلى أن الفئات الأكثر تعرضاً للضغط المهنية في مجال الإعلام هي: الذكور، المتزوجون، الأقل تعليماً، الأصغر

سناً، الأكثر دخلاً، والأقل خبرة إعلامية. وهذا ما يمكن أن نطلق عليه شخصية (بروفايل profile) الضغوط المهنية في المؤسسات الإعلامية السعودية.

خامساً: ومن خلال بعض الأسئلة التي استجابت لها عينة البحث في نقاط ذات علاقة بالبيئة الإعلامية، أشارت النتائج عن وجود انسجام وتعاون بين زملاء العمل، وعدم وجود فرص تدريبية كبيرة، مع توافر مساحة محدودة من التوجيهات الإدارية من الرؤساء ذات الصبغة السلبية، كما أن إتاحة الوقت لممارسة الهوايات الشخصية ظلت محدودة.

سادساً: وبسؤال أفراد العينة عن مدى الشعور بالارتياح النفسي في القيام بمهامهم في مؤسساتهم الحالية، أوضحت النتائج إلى أن حوالي نصف المبحوثين يرغبون الاستمرار في محيط نفس العمل بالمؤسسة الإعلامية، بينما أبدى الباقي رغبة في تغيير المؤسسة إلى مؤسسة إعلامية أخرى أو إلى عمل آخر في غير المجال الإعلامي.

ملحق رقم ١. مقياس ماسلاك للاحتراق النفسي

البعد	الاسم	الفقرات
الأول	الإجهاد الانفعالي	١- أشعر بأنني استنزفت عاطفياً.
		٢- أشعر باستنفاد كامل طاقتي في نهاية اليوم الذي أفضيه في عملي.
		٣- أشعر بالإرهاق حينما أصحو في الصباح لمواجهة يوم عمل آخر.
		٤- التعامل مع الناس طوال اليوم يسبب لي التوتر.
		٥- أشعر بالضجر والملل بسبب عملي.
		٦- أشعر بالإحباط في عملي.
		٧- أشعر أنني أبذل جل جهدي في عملي.
		٨- التعامل مع الناس بشكل مباشر يشكل ضغطاً كبيراً علي.
		٩- أشعر بالاختناق وقرب النهاية.
الثاني	التبؤد الإحساسي	١٠- أشعر بأنني أعامل بعض فئات الجمهور وكأنهم جمادات لاهياة فيها.
		١١- أصبحت شخصاً قاسياً على الناس منذ بدأت هذا العمل.
		١٢- أشعر بالقلق في أن يسبب له هذا العمل قساوة وتبؤدا في مشاعري.
		١٣- أنني في الواقع لا أعياً بما يحدث للآخرين.
		١٤- أشعر أن الجمهور يلومني على بعض المشاكل التي يعاني منها.

الإنجاز	الثالث الشخصي
١٥- أستطيع أن أفهم كيف يشعر الجمهور تجاه الإعلام.	
١٦- أتعامل بكفاءة عالية مع مشاكل العمل والجمهور.	
١٧- أشعر أنني من خلال عملي أؤثر إيجابيا في حياة الآخرين.	
١٨- أشعر بالنشاط والحيوية.	
١٩- أستطيع وبسهولة تهيئة الجو المناسب لأداء عملي على أكمل وجه.	
٢٠- أشعر بالابتهاج من خلال عملي وتعاملي مع الجمهور.	
٢١- في عملي أتعامل بهدوء تام مع المشاكل النفسية.	
٢٢- حققت أشياء كثيرة جديدة بالتقدير في هذا العمل.	

ملحق رقم ٢. مقياس الضغوط المهنية

الاسم	البعد	الفقرات
الضغوط الوسائلية المهنية	• نشعر بإحباط نتيجة ما نجده من تنافس شديد مع الوسائل الأخرى. • نشعر أن أوضاع العاملين في الوسائل الأخرى هي أفضل من أوضاعنا.	
المؤسسية	• نواجه تذبذبا وعدم ثبات واستقرار في التعليمات التي تصلنا من الجهات الرسمية.	
المجتمعية	• لا نشعر باستقرار وظيفي نتيجة ضغوط من داخل وخارج المؤسسة. • نشعر أن المجتمع لا يقدر حجم العناء الذي نواجهه في العمل. • لا نستطيع إرضاء كل فئات الجمهور على الوجه الذي ينبغي.	

A Study of the Level of Job Pressures in Saudi Arabian Media Institutions

Ali A. Al-Karni

*Assistant Professor,
Mass Communication Department, College of Arts
King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia*

Abstract. This study aims at examining levels of burnout and job pressures in Saudi Arabian media institutions. A random sample of 134 members of editorial, management, and production staffs was selected for the study, representing print and broadcast, formal and private media institutions. The Maslach Burnout Inventory was applied for this study, in addition to specific items related to job satisfactions and pressures.

The findings show that a medium level of burnout exists at the three dimensions of the scale: emotional exhaustion, depersonalization, and personal achievement. The study tested differences according to institutional and individual variables, and concluded that job stress exists as a result of media competition, and various institutional and societal pressures.

