

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص: ماجستير إدارة أعمال



عنوان البحث

أثر أساليب وأنماط القيادة على أداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي –
دراسة ميدانية

إعداد الطالب/ محمد عمر سالم باوزير

251002974

إشراف/

د. الفصيل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2025

مقدمة:

تعد القيادة الإدارية من أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات، وخاصة في البيئات التي تعتمد بشكل أساسي على العمل الجماعي والإبداعي، كبيئة شركات الإنتاج الإعلامي. فالقيادة ليست مجرد منصب وظيفي، بل هي قدرة على التأثير والتوجيه وإلهام الآخرين نحو تحقيق الأهداف المشتركة، في ظل بيئة عمل سريعة التغير ومليئة بالتحديات .

وفي قطاع الإنتاج الإعلامي تحديداً، تعتمد جودة المخرجات والالتزام بالمواعيد النهائية وروح الفريق بشكل مباشر على مدى كفاءة القائد في تحفيز أعضاء الفريق، وتوزيع المهام، واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب. وقد تختلف أنماط القيادة في هذا السياق من قائد إلى آخر؛ فمنهم من يتبع الأسلوب التحويلي القائم على الإلهام والتشجيع، ومنهم من يميل إلى الأسلوب التبادلي القائم على المكافأة والمساءلة، وآخرون قد يتبعون نمطاً أوتوقراطياً يعتمد على السلطة المباشرة. وتتنوع النتائج المترتبة على هذه الأنماط بين تحفيز الفريق وزيادة إنتاجيته، أو خلق بيئة عمل متوترة تضعف من كفاءة الأداء .

وعلى الرغم من تزايد الاهتمام بدور القيادة في بيئات العمل المختلفة، إلا أن قطاع الإنتاج الإعلامي لم يحظَ بالدراسة الكافية من ناحية العلاقة بين أنماط القيادة فيه وأداء فرق العمل. وهو قطاع يتميز بطبيعة عمل مختلفة عن غيره، حيث تغلب عليه المشاريع قصيرة الأجل، والعمل تحت الضغط، والحاجة إلى تعاون أفراد من تخصصات متعددة مثل الإخراج، التصوير، التحرير، والتسويق.

ومن هنا جاءت أهمية هذه الدراسة، لتسد فجوة معرفية قائمة، من خلال تسليط الضوء على أثر أساليب وأنماط القيادة المتبعة في شركات الإنتاج الإعلامي على أداء فرق العمل فيها، وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق لهذه العلاقة وتقديم توصيات عملية تساهم في رفع كفاءة العمل وتحقيق التميز المؤسسي.

مشكلة الدراسة:

تُعد القيادة أحد العوامل الحاسمة في نجاح المنظمات وتطورها، خاصة في القطاعات التي تعتمد بشكل أساسي على العمل الجماعي والإبداع، مثل شركات الإنتاج الإعلامي. فالفائد ليس مجرد شخص يُصدر التعليمات، بل هو محور رئيسي في بناء ثقافة الفريق، وتحفيز الأفراد، وتوجيههم نحو تحقيق الأهداف بكفاءة. ومع ذلك، يُلاحظ في كثير من شركات الإنتاج الإعلامي تفاوت واضح في أداء فرق العمل، على الرغم من تشابه الإمكانيات والموارد المتاحة، هذا التفاوت يشير تساؤلات عميقة حول الأسباب الجوهرية الكامنة خلفه.

من أبرز العوامل التي يمكن أن تؤثر على هذا التفاوت، هي أساليب وأنماط القيادة التي ينتهجها مديرو الفروع أو فرق العمل. فهناك من يتبع نمط القيادة التحويلية الذي يركز على الإلهام والتحفيز، وآخرون يتبعون القيادة التبادلية التي تعتمد على الحوافز والمكافآت، وهناك من يتبنى أنماطاً أكثر سلطوية أو ديمقراطية. لكن، لا توجد حتى الآن دراسات كافية أو واضحة تقيس بشكل دقيق أثر هذه الأنماط على أداء الفرق في بيئة الإنتاج الإعلامي، خصوصاً في السياق المحلي أو الخليجي.

العمل الإعلامي يتطلب تنسيقاً عالياً بين المصورين، والمخرجين، والمحريين، والفنيين، وغيرهم، وهو ما يجعل القيادة عاملاً حاسماً في نجاح المشاريع وضمان الالتزام بالجودة والوقت. وبالتالي، فإن أي خلل في النمط القيادي قد يؤدي إلى ضعف في التنسيق، انخفاض في الإنتاجية، أو حتى فشل المشاريع الإعلامية.

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في محاولة فهم وتحليل العلاقة بين أساليب القيادة وأداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي، من خلال طرح السؤال الرئيس الآتي:

ما هو أثر أساليب وأنماط القيادة الإدارية على أداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي؟

”

ويندرج تحت هذا السؤال عدة تساؤلات فرعية، مثل:

- هل هناك نمط قيادي محدد يرتبط بارتفاع أداء الفرق الإعلامية؟

- ما مدى تأثير أسلوب القيادة على جوانب مثل الالتزام، الإبداع، والروح التعاونية داخل الفريق؟

- كيف تختلف استجابات فرق العمل باختلاف الأسلوب القيادي المتبع؟

الإجابة عن هذه التساؤلات ستسهم في فهم أعمق لطبيعة القيادة في القطاع الإعلامي، وتقديم توصيات عملية لتحسين الأداء ورفع كفاءة فرق العمل.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول جانباً محورياً في بيئة العمل داخل شركات الإنتاج الإعلامي، وهو أثر أساليب وأنماط القيادة على أداء فرق العمل. ففي هذا النوع من الشركات، الذي يتسم بسرعة التغير، وتعدد المهام، وارتفاع مستويات التنافس، تُعد القيادة الفعالة عاملاً حاسماً في تحقيق النجاحات واستمرارية الأداء المتميز.

وتتجلى أهمية الدراسة من عدة زوايا، يمكن تفصيلها على النحو التالي:

1. أهمية على مستوى بيئة العمل الإعلامي:

شركات الإنتاج الإعلامي تعتمد بشكل كبير على العمل الجماعي والتنسيق بين عدد من التخصصات الفنية والإبداعية، مما يجعل نوع القيادة وأسلوب المدير عنصراً بالغ التأثير في تحفيز الموظفين، وتقوية روح الفريق، وزيادة جودة المخرجات. ومن هنا فإن فهم العلاقة بين القيادة والأداء يمثل مفتاحاً لتطوير هذه البيئات.

2. أهمية في الجانب التطبيقي:

تساهم هذه الدراسة في تقديم حلول ومقترحات عملية يمكن لمديري الفروع والمشاريع في شركات الإنتاج الإعلامي تبنيها لتحسين أدائهم الإداري ورفع كفاءة الفرق التي يشرفون عليها، خاصة في ظل ضغوط الوقت والميزانية التي تميز هذا القطاع.

3. أهمية علمية وبحثية:

تسعى الدراسة إلى الإسهام في إثراء الأدبيات العلمية العربية في مجال القيادة داخل السياقات الإعلامية، والتي لا تزال بحاجة إلى مزيد من الدراسات المتخصصة، خصوصاً في البيئة السعودية والخليجية.

4. خدمة صناع القرار والإدارات العليا:

من خلال ما تقدمه من نتائج ومؤشرات، تمكّن الدراسة الإدارات العليا من إعادة النظر

في آليات اختيار القادة وتدريبهم، وتطوير السياسات الداخلية المتعلقة بقيادة فرق العمل، مما ينعكس إيجاباً على مستوى الأداء العام وجودة العمل المؤسسي.

5. بعد شخصي ومهني للباحث:

تتبع أهمية إضافية للدراسة من كون الباحث يشغل منصب "مدير فرع" في شركة إنتاج إعلامي، ما يجعله قريباً من أرض الواقع، ويمتلك فهماً دقيقاً لتحديات القيادة اليومية. هذا القرب من البيئة التطبيقية يضيف على الدراسة بعداً عملياً أصيلاً وملامسة مباشرة لمواطن التحسين الحقيقية.

6. إسهام في تشجيع الدراسات المستقبلية:

تُعد هذه الدراسة أساساً يمكن البناء عليه لاحقاً لدراسات أخرى تستكشف عناصر إدارية متقدمة مثل: أثر الذكاء العاطفي للقيادة، أو علاقة القيادة بتحفيز الإبداع داخل فرق الإنتاج، أو دراسة الفروق بين أنماط القيادة في القطاع الإعلامي مقارنة بقطاعات أخرى.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل العلاقة بين أنماط وأساليب القيادة المتبعة في شركات الإنتاج الإعلامي وبين أداء فرق العمل داخل هذه الشركات، وذلك في ضوء التحولات المتسارعة والتحديات المهنية التي تفرضها طبيعة العمل الإعلامي المعاصر. وتسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف العلمية والعملية، يمكن تفصيلها على النحو الآتي:

1. التعرف على الأساليب القيادية الشائعة في شركات الإنتاج الإعلامي

من خلال هذا الهدف تسعى الدراسة إلى تصنيف وتحديد الأنماط القيادية الأكثر انتشاراً في بيئة شركات الإنتاج الإعلامي، مثل القيادة التحويلية، والقيادة التبادلية، والقيادة الديمقراطية، والقيادة السلطوية. كما تهدف إلى تحليل أسباب تفضيل بعض القادة لنمط معين دون غيره، بناءً على طبيعة العمل، وخلفياتهم المهنية، والثقافة التنظيمية السائدة.

2. تحليل أثر الأساليب القيادية على أداء فرق العمل:

يعد هذا الهدف محورياً في الدراسة، إذ تسعى من خلاله إلى فهم كيف يؤثر الأسلوب القيادي للمدير على جودة أداء فريق العمل، سواء من حيث الإنتاجية، أو الالتزام بالمواعيد، أو الإبداع، أو القدرة على حل المشكلات، أو روح الفريق والتعاون. كما تهتم الدراسة باستكشاف ما إذا كان هناك نمط قيادي أكثر فاعلية في قطاع الإنتاج الإعلامي تحديداً.

3. دراسة العوامل الوسيطة بين القيادة والأداء:

تهدف الدراسة إلى كشف العوامل التي قد تُعزز أو تُضعف العلاقة بين القيادة والأداء، مثل: مستوى الرضا الوظيفي لدى الموظفين، وضوح الأدوار، الحوافز المادية والمعنوية، ثقافة المؤسسة، ومدى تمكين الفريق. فليست العلاقة بين القيادة والأداء مباشرة دائماً، بل قد تتوسطها متغيرات تنظيمية أو نفسية.

4. قياس مدى وعي القادة في القطاع الإعلامي بأثر أساليبهم القيادية:

من الأهداف المهمة التي تسعى الدراسة لتحقيقها هو معرفة ما إذا كان قادة الفرق والمشرفين في شركات الإنتاج الإعلامي يدركون التأثير الفعلي لأساليبهم في التعامل مع الفريق، وهل يعتمدون أسلوباً قائماً على الفطرة والخبرة فقط، أم على أسس علمية وتدريب إداري منهجي.

5. تقديم توصيات عملية لتحسين أداء فرق العمل من خلال تطوير القيادة:

تطمح الدراسة إلى الخروج بجملة من التوصيات والإجراءات العملية التي يمكن تبنيها من قبل إدارات الشركات لتحسين كفاءة فرق العمل، وذلك من خلال تطوير البرامج التدريبية الموجهة للقادة، وتفعيل ممارسات القيادة الإيجابية، ووضع آليات تقييم قيادي فعالة.

6. المساهمة في إثراء الأدبيات الإدارية والإعلامية محلياً:

تسعى الدراسة كذلك إلى سد جزء من الفجوة البحثية في ميدان القيادة الإدارية ضمن السياق الإعلامي السعودي، من خلال تقديم محتوى علمي يُمكن الاستفادة منه في الأوساط الأكاديمية والبحثية، خاصة وأن الدراسات المحلية في هذا المجال لا تزال محدودة نسبياً.

7. دعم صناع القرار داخل شركات الإنتاج الإعلامي:

من خلال النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة، تأمل أن تسهم في تمكين صناع القرار من تقييم الأساليب القيادية المتبعة داخل شركاتهم، واتخاذ قرارات أكثر وعياً فيما يتعلق بتعيين القادة، وتطوير البرامج الإدارية، وبناء ثقافة قيادية إيجابية تركز على تمكين الفرق وتحفيزها.

تساؤلات الدراسة

تنتقل هذه الدراسة من مجموعة من التساؤلات البحثية التي تهدف إلى استقصاء العلاقة بين الأساليب القيادية المختلفة وأداء فرق العمل ضمن بيئة شركات الإنتاج الإعلامي، وهي بيئة تتسم بالديناميكية والضغط الزمني والتعقيد الإبداعي.

وتنبثق هذه التساؤلات من الإشكالية الرئيسة للدراسة، والتي تدور حول مدى فاعلية القيادة في تحقيق نتائج إيجابية على صعيد فرق العمل. وتتمثل هذه التساؤلات فيما يلي:

1. ما هي أبرز أنماط القيادة الإدارية المتبعة في شركات الإنتاج الإعلامي؟

يتناول هذا السؤال محاولة لرصد وتصنيف الأنماط القيادية المستخدمة فعليًا في بيئة العمل الإعلامي، والتعرف على الخصائص التي تميز كل نمط، ومدى ملاءمته لطبيعة العمل الإعلامي الذي يتطلب التوازن بين الإبداع والانضباط المهني. هل يهيمن نمط القيادة الأوتوقراطية بحكم طبيعة الضغط والإنتاج؟ أم تسود القيادة التشاركية لدعم الإبداع والابتكار؟

2. مدى تأثير كل نمط قيادي على أداء فرق العمل من حيث الإنتاجية والجودة والالتزام؟

يُعنى هذا التساؤل بتحليل الأثر المباشر وغير مباشر لأنماط القيادة المختلفة على أداء فرق العمل داخل شركات الإنتاج الإعلامي. ويتضمن تقييم جوانب الأداء مثل: جودة المخرجات، الالتزام بالمواعيد، الكفاءة التشغيلية، المبادرة، والتفاعل بين أعضاء الفريق.

3. هل تختلف فاعلية أساليب القيادة باختلاف طبيعة الفرق (إبداعية – تنفيذية – فنية- إدارية) داخل شركات الإنتاج الإعلامي؟

يطرح هذا التساؤل فرضية أن نوع الفريق نفسه قد يتطلب نمطًا قياديًا معينًا. فهل ينجح نمط القيادة التشاركية أكثر مع الفرق الإبداعية؟ وهل تحتاج الفرق التنفيذية إلى قيادة أكثر تنظيمًا وحرماً؟ وهل أسلوب القائد يتغير بحسب خصائص الفريق المكلف بالمهمة؟

4. ما دور الخبرة والمستوى الإداري للقائد في تحديد النمط القيادي؟

يستكشف هذا التساؤل مدى تأثير خبرات المديرين والمشرفين في اختيارهم للنمط القيادي. فهل يميل القادة ذوو الخبرة الطويلة إلى أنماط قيادية معينة أكثر من القادة الجدد؟ وهل يلعب التدريب الإداري والتأهيل دورًا في تطوير الأسلوب القيادي؟

5. ما أثر الأسلوب القيادي على الجوانب النفسية والسلوكية لأعضاء فرق العمل (كالتحفيز، الرضا الوظيفي، الالتزام، الانتماء)؟

يهدف هذا السؤال إلى فهم العلاقة بين نمط القيادة وبيئة العمل الداخلية من حيث التأثير على الحالة النفسية والسلوكية للفريق. فهل يؤدي الأسلوب القيادي المناسب إلى رفع معدلات الرضا والتحفيز والولاء؟ وهل هناك علاقة بين أسلوب القيادة وحالات الانسحاب الوظيفي أو ضعف الأداء؟

6. ما العوامل التي تتوسط أو تؤثر على العلاقة بين نمط القيادة وأداء الفريق؟

يتناول هذا التساؤل العوامل التنظيمية أو الشخصية التي قد تؤثر على طبيعة العلاقة بين القيادة والأداء، مثل وضوح الأدوار، توفر الموارد، الثقافة المؤسسية، مستوى التواصل الداخلي، التقدير والتحفيز، أو حتى طبيعة المشروع الإعلامي نفسه (إنتاج فيلم، إعلان، بودكاست، بث مباشر، إلخ).

7. ما مدى وعي قادة شركات الإنتاج الإعلامي بأهمية اختيار الأسلوب القيادي المناسب؟

يسعى هذا التساؤل للكشف عن مدى إدراك القادة في القطاع الإعلامي لأثر أسلوبهم القيادي على الأداء العام للفريق، وهل يتم تبني الأنماط بناءً على إدراك علمي واحترافي، أم تُمارس القيادة بطريقة تلقائية غير ممنهجة؟

8. ما أبرز التحديات التي تواجه القادة في تطبيق أساليب القيادة الفاعلة في بيئة الإنتاج الإعلامي؟

يركز هذا التساؤل على التحديات الإدارية والمهنية والبيئية التي قد تعيق تطبيق أساليب القيادة المثلى، مثل ضيق الوقت، ضغط الإنتاج، تعدد الفرق وتنوع تخصصاتها، أو محدودية الموارد.

فروض الدراسة:

بناءً على الإطار النظري والتساؤلات البحثية، تنطلق هذه الدراسة من مجموعة من الفروض العلمية التي تسعى إلى اختبار العلاقة بين أنماط القيادة وأداء فرق العمل في بيئة شركات الإنتاج الإعلامي، وتحديد طبيعة هذا التأثير. والفروض المقترحة هي كما يلي:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة التحويلية وارتفاع مستوى أداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي

هذا الفرض يستند إلى أن القيادة التحويلية – التي تعتمد على الإلهام والتحفيز والتمكين – ترفع من كفاءة الفرق الإبداعية وتزيد من التزامهم وابتكارهم .

2. توجد علاقة سلبية بين نمط القيادة الأوتوقراطية وأداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي

يفترض هذا أن الأسلوب الصارم في القيادة، الذي يفترق إلى المرونة والمشاركة، يؤدي إلى تراجع الحافزية والإبداع، مما ينعكس سلباً على الأداء.

3. توجد علاقة إيجابية بين نمط القيادة التشاركية وتحسين جودة العمل وزيادة الانتماء لدى فرق العمل.

لأن البيئة التشاركية تمنح الفريق الإحساس بالثقة والانخراط ، ما يدعم الروح الجماعية ويؤثر إيجاباً على جودة المخرجات .

4. تختلف أنماط القيادة المؤثرة على الأداء باختلاف طبيعة الفرق داخل الشركة (فنية – إبداعية – تنفيذية – إدارية)

حيث يُتوقع أن تتطلب الفرق الإبداعية قيادة أكثر مرونة وتشجيعاً، بينما تحتاج الفرق التنفيذية إلى قيادة منظمة وحازمة.

5.توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أساليب القيادة تبعًا لمستوى القائد الوظيفي (مدير فرع،مدير مشاريع ، مشرف، رئيس فريق)

أي أن هناك علاقة بين مكانة القائد داخل الهيكل التنظيمي وبين الأسلوب الذي يتبعه في قيادة الفريق.

6.توجد علاقة إيجابية بين إدراك القائد لأهمية الأسلوب القيادي المناسب، ونجاح الفريق في تحقيق أهدافه.

كلما زاد وعي القائد بنمط القيادة المناسب لطبيعة فريقه، ارتفعت فرص نجاح الفريق وتحقيق النتائج المرجوة.

7.تلعب العوامل التنظيمية (كالتواصل، وضوح الأدوار، الدعم الإداري) دورًا وسيطًا بين نمط القيادة وأداء فرق العمل.

هذا الفرض يستهدف استكشاف التأثير غير المباشر الذي يمكن أن تمارسه بعض العوامل على العلاقة بين القيادة والأداء.

8.تواجه القيادة الفاعلة في شركات الإنتاج الإعلامي تحديات بيئية ومهنية تؤثر على فعاليتها

كالضغوط الزمنية، وتعقيدات الإنتاج، وتنوع التخصصات، والتي قد تعيق تطبيق القيادة المثلى رغم الوعي بأهميتها .

الدراسات السابقة:

يُعدّ استعراض الدراسات السابقة خطوة جوهرية في أي بحث علمي، حيث تتيح للباحث التعرف على الجهود التي بُذلت في المجال نفسه، واستكشاف الفجوات البحثية، وتحديد الأساليب التي تم استخدامها، إلى جانب الوقوف على النتائج التي توصلت إليها أبحاث أخرى. وفي ضوء موضوع الدراسة الحالي، والذي يتمحور حول أثر أساليب وأنماط القيادة على أداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي، فقد تم الاطلاع على عدد من الدراسات ذات الصلة، سواء في السياقات الإعلامية أو في البيئات التنظيمية المشابهة. وفيما يلي عرض مختصر لأبرز هذه الدراسات:

1. دراسة باس آند أفوليو عام 1994

(bass and Avolio)

تُعد من الدراسات المؤسسة لنظرية القيادة التحويلية، حيث بيّنت أن القادة الذين يتبعون هذا النمط يتمكنون من رفع أداء فرق العمل من خلال التحفيز، وبناء الثقة، وتمكين العاملين. ورغم أن الدراسة لم تركز على المجال الإعلامي تحديداً، إلا أن نتائجها تُعد ذات صلة لكونها طبّقت في قطاعات إبداعية تتطلب تفاعلاً إنسانياً عالياً.

2. دراسة الخالدي 2021:

"تأثير القيادة الإبداعية على كفاءة فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي بالأردن"
خلصت الدراسة إلى أن القادة الذين يتبعون نهجاً إبداعياً وتفاعلياً يتمكنون من تعزيز بيئة العمل وتطوير جودة المحتوى الإعلامي. كما أكدت على أهمية وجود رؤية واضحة للقائد، ودعمه لأعضاء الفريق على المستويين المهني والنفسي.

3. دراسة الأحمدى 2022:

"تحديات القيادة الفعالة في قطاع الإعلام الرقمي بالسعودية"

أوضحت هذه الدراسة أن التغيرات التقنية والتسارع الزمني في قطاع الإعلام الرقمي تشكل تحديًا كبيرًا أمام القادة. كما أبرزت أن نمط القيادة التشاركية مع ترك مساحة للإبداع الفردي هو الأكثر مواءمة لطبيعة هذا القطاع.

4. دراسة العدوانى 2018:

"أثر القيادة التحويلية على الأداء الوظيفي في المؤسسات الإعلامية بدول الخليج"

استهدفت هذه الدراسة تقييم مدى تأثير القيادة التحويلية على الأداء المهني في بيئة إعلامية خليجية. وقد بينت النتائج أن القادة الذين يتبعون هذا النمط يسهمون في رفع معدلات الرضا المهني، وتحسين جودة المحتوى، وزيادة الالتزام التنظيمي للعاملين.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من النظريات والمفاهيم التي تفسر كيف تؤثر أنماط وأساليب القيادة على أداء فرق العمل ، لا سيما في بيئة شركات الإنتاج الإعلامي التي تتسم بالتحديات الإبداعية وضغوط العمل والتنوع الوظيفي. وتستند المنطلقات النظرية على ما يلي:

1. نظرية الأنماط القيادية (Leadership Styles Theory)

تقوم هذه النظرية على تصنيف القيادة إلى أنماط متعددة أبرزها:

- القيادة الأوتوقراطية (Autocratic Leadership):

حيث يتخذ القائد القرارات بشكل منفرد دون إشراك الفريق. تُستخدم غالباً في بيئات تتطلب سرعة حسم، لكنها قد تحد من الإبداع في السياقات الإعلامية.

- القيادة الديمقراطية (Democratic Leadership):

تشجع على المشاركة في اتخاذ القرار وتعزز التفاعل والتعاون، مما يحفز الإبداع ويرفع من مستوى الرضا والانتماء، وهي ملائمة لفرق الإعلام متعددة التخصصات.

- القيادة الترسلية (Laissez-faire):

يتيح القائد حرية كاملة للفريق دون تدخل، وهو نمط قد ينجح مع فرق ذات خبرة عالية، لكنه يحمل مخاطر في حال غياب الانضباط أو وضوح الأدوار.

2. نظرية القيادة التحويلية (Transformational Leadership Theory)

تركز هذه النظرية على قدرة القائد على إلهام وتحفيز أتباعه من خلال:

-خلق رؤية مشتركة

-تحفيز الفريق لتحقيق الأهداف الجماعية

-تشجيع الإبداع والتطوير الذاتي

في بيئة الإنتاج الإعلامي، تُعد هذه النظرية من أكثر النماذج ملاءمة، لأنها تُعزز من روح الابتكار والتغيير في سياق عمل سريع التحول.

3. نظرية القيادة التبادلية (Transactional Leadership Theory)

تفترض هذه النظرية أن العلاقة بين القائد والفريق تقوم على نظام "العطاء مقابل الأداء" أي أن القائد يحدد الأهداف ويكافئ الموظفين عند إنجازها. قد تكون فعالة في ضبط الأداء الفني أو الجوانب التشغيلية في شركات الإنتاج، لكنها أضعف في تحفيز الجوانب الإبداعية.

4. نظرية الذكاء العاطفي القيادي (Emotional Intelligence Theory)

Goleman (1995)

تشير إلى أن القائد الناجح لا يقتصر على المهارات الإدارية فقط، بل يجب أن يمتلك قدرة على فهم مشاعر الفريق والتفاعل معها. تشمل القدرات العاطفية:

-الوعي الذاتي

-ضبط النفس

-التعاطف

-المهارات الاجتماعية

في بيئة الإعلام التي تتطلب توازناً دقيقاً بين الضغط الزمني والتواصل الفعال، يلعب الذكاء العاطفي دوراً حاسماً في تعزيز الأداء والانسجام داخل الفرق.

5.نظرية فرق العمل الفعّالة(Effective Team Theory)

تُبرز هذه النظرية الخصائص الأساسية لفرق العمل عالية الأداء، وهي:

-وجود هدف مشترك

-مهارات متكاملة

-التزام متبادل

-تواصل فعّال

-قيادة مشجعة

ترتبط هذه النظرية مباشرة بمخرجات الدراسة، حيث تساعد في تقييم مدى تأثير القيادة على تشكّل هذه الخصائص داخل فرق الإنتاج الإعلام.

خلاصة المنطلقات النظرية:

يمثل التفاعل بين نوع القيادة، ومهارات القائد العاطفية، وهيكل الفريق حجر الأساس لفهم الأداء الجماعي في بيئات العمل الإبداعية. ومن خلال هذه المنطلقات، تسعى الدراسة إلى بناء إطار علمي متين لتحليل العلاقة بين أسلوب القيادة وكفاءة فرق الإنتاج الإعلامي من حيث الإبداع، الانضباط، والجودة.

المنهجية وطرق البحث:

في هذا الجزء، يتم توضيح الأسلوب البحثي الذي ستتبعه الدراسة، وكيفية جمع البيانات وتحليلها للإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها. ونظرًا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى استكشاف العلاقة بين أساليب القيادة وأداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي، فإن المنهجية ستبنى وفقاً لما يلي:

أولاً: منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، وهو المنهج الأنسب لتحليل الظواهر الاجتماعية والإدارية، كونه يتيح:

- وصف الواقع كما هو في بيئة العمل الإعلامي

- تحليل العلاقة بين متغيرين : أساليب القيادة (المتغير المستقل) و أداء فرق العمل (المتغير التابع).

- تفسير الأنماط القيادية السائدة وتأثيرها على مخرجات العمل.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من:

- العاملين في شركات الإنتاج الإعلامي، تحديداً في الفرق الفنية والإدارية (مخرجين، منسقي إنتاج، مصورين، محررين، منتجين...).

- القادة الإداريين أو التنفيذيين الذين يتولون إدارة هذه الفرق.

ويمكن أن يقتصر مجتمع الدراسة على منطقة جغرافية محددة (مثل مدينة الرياض) أو يمتد إلى نطاق أوسع حسب توافر العين

ثالثاً: عينة الدراسة

يُفضل استخدام عينة عشوائية طبقية من موظفي شركات الإنتاج الإعلامي، على أن تشمل فئات متنوعة من حيث:

-الدور الوظيفي

-سنوات الخبرة

-المستوى الإداري

ويُقدّر حجم العينة المقترح بين (100 – 150 مشارك) لضمان دقة النتائج.

رابعاً: أدوات الدراسة

سيتم الاعتماد على أداة الاستبانة لجمع البيانات (Questionnaire) كونها:

-سهلة في التوزيع على عينات كبيرة

-تتيح جمع بيانات كمية يمكن تحليلها إحصائياً

-قابلة للتقسيم حسب المحاور: (القيادة – أداء الفريق – بيئة العمل)

ومن الممكن أن تشمل الاستبانة ثلاثة محاور رئيسية:

1-معلومات ديموغرافية (العمر، الجنس، المؤهل، سنوات الخبرة)

2.أساليب القيادة المتبعة من وجهة نظر الموظفين

3.تقييم أداء الفريق من حيث: الجودة، الإبداع، الالتزام، التعاون

وقد تُدعم الدراسة بمقابلات شخصية مع بعض القادة أو أعضاء الفرق لفهم أعمق للسياق

خامساً: أدوات التحليل الإحصائي

بعد جمع الاستبانات، سيتم إدخال البيانات وتحليلها باستخدام أي برنامج إحصائي مع تطبيق:

- التكرارات والنسب المئوية (لوصف العام)

- المتوسطات والانحرافات المعيارية (لقياس الاتجاهات)

- اختبار ANOVA و T-test (للتأكد من وجود فروق ذات دلالة)

- معامل الارتباط (لفحص العلاقة بين القيادة والأداء)

أدوات الدراسة :

تمثل أدوات الدراسة الوسائل التي سيتم من خلالها جمع البيانات المطلوبة للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها. ونظرًا لطبيعة موضوع الدراسة الذي يستهدف تحليل العلاقة بين أساليب القيادة وأداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي، فإن الأدوات المختارة يجب أن تكون قادرة على استكشاف الجوانب السلوكية والإدارية بشكل كمي ودقيق.

أولاً: الاستبانة (Questionnaire)

تُعد الاستبانة الأداة الرئيسية المعتمدة في هذه الدراسة، لما لها من مزايا في:

-جمع بيانات كمية من عدد كبير من المشاركين خلال فترة زمنية قصيرة.

-توفير هيكل منظم لتحليل الرؤى والتصورات.

-إمكانية قياس الاتجاهات والأنماط القيادية من وجهة نظر العاملين.

وسيتم تصميم الاستبانة لتشمل ثلاثة محاور رئيسية:

1.البيانات الديموغرافية

تشمل معلومات مثل (العمر، الجنس، المؤهل، سنوات الخبرة، الوظيفة الحالية، الجهة الإعلامية...)

2.أساليب القيادة المتبعة داخل الشركة:

يتم بناء هذا المحور بناءً على أطر نظرية مثل "نموذج القيادة التحويلية والقيادة التبادلية"، ويحتوي على عبارات تقيس:

-مدى مشاركة القائد للقرارات.

-أسلوبه في التحفيز والتقدير.

-درجة المرونة والانفتاح

-طبيعة التواصل الإداري

3. أداء فرق العمل

يتناول هذا المحور أداء الفرق من حيث:

-الإنتاجية

-الالتزام بالمواعيد

-جودة العمل

-التعاون والتفاعل بين أعضاء الفريق

-حل المشكلات والإبداع في بيئة العمل الإعلامي

يتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة على عبارات الاستبانة (من 1 = لا أوافق بشدة إلى 5 = أوافق بشدة)

ثانياً: المقابلات

قد تُضاف مقابلات نوعية مع عدد محدود من مديري شركات الإنتاج الإعلامي أو رؤساء الفرق، وتهدف إلى:

-استكشاف الرؤى الإدارية العميقة حول القيادة.

-فهم السياق الخاص بمجال الإعلام والإنتاج الفني.

-توضيح نتائج الاستبانة من خلال التجربة الواقعية.

ثالثاً: المراجعة الوثائقية (Document Analysis)

يمكن دعم الدراسة بمراجعة وثائق داخلية مثل:

-تقارير الأداء السنوية.

-ملفات تقييم الموظفين.

-السياسات الإدارية الداخلية الخاصة بالقيادة والإنتاج.

-وذلك لتعزيز الموثوقية والربط بين البيانات النظرية والميدانية.

حدود الدراسة :

1-الحدود الموضوعية

تركز الدراسة على دراسة أثر أساليب وأنماط القيادة (مثل القيادة التحويلية، القيادة التبادلية، القيادة التسلطية، القيادة الديمقراطية، وغيرها) على أداء فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي. وسيتم قياس أداء فرق العمل من خلال مؤشرات مثل جودة الإنتاج، الالتزام بالمواعيد، التعاون بين الأعضاء، وتحقيق أهداف المشروع. لا تشمل الدراسة تأثير العوامل الأخرى غير القيادة مثل التكنولوجيا أو الموارد المالية.

2.الحدود المكانية

تُجرى الدراسة في شركات الإنتاج الإعلامي الواقعة داخل المملكة العربية السعودية، وتحديداً في مدينة الرياض ، حيث تتركز معظم شركات الإنتاج الإعلامي. وسيتم اختيار الشركات بناءً على حجمها (الشركات متوسطة وكبيرة الحجم) ونشاطها في مجال الإنتاج الإعلامي والرقمي.

3.الحدود الزمنية

تغطي الدراسة فترة زمنية تمتد حتى نهاية 2025، لتواكب أحدث التطورات في أساليب القيادة وأداء الفرق في ظل المتغيرات التي طرأت على سوق الإعلام.

4.الحدود البشرية

تشمل الدراسة المديرين والقادة الذين يديرون فرق العمل في شركات الإنتاج الإعلامي، بالإضافة إلى أعضاء تلك الفرق، بحيث يتم تضمين مختلف المستويات الوظيفية والفنية. يتم اختيار العينة بطريقة عشوائية أو موجهة لضمان التمثيل الجيد.

5.الحدود المنهجية

تعتمد الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبيانات ومقابلات مع أفراد العينة لجمع البيانات، مع تحليل إحصائي لمقارنة أثر أنماط القيادة المختلفة على أداء فرق العمل. ولا تشمل الدراسة استخدام التجارب الميدانية أو الدراسات الطولية.

6. الحدود التقنية

تقتصر الدراسة على قياس الأداء من خلال مؤشرات محددة ومتفق عليها في الأدبيات الأكاديمية، ولا تتطرق إلى تقييم الأداء الفردي أو استخدام تقنيات قياس معقدة أو تحليل البيانات الضخمة

المراجع:

1. **Northouse, P. G.** (2021). *Leadership: Theory and Practice* (9th Edition). Sage Publications

من أهم الكتب التي تغطي نظريات وأنماط القيادة بشكل شامل مع أمثلة وتطبيقات عملية

2. **Yukl, G.** (2013). *Leadership in Organizations* (8th Edition). Pearson.

يتناول القيادة في المنظمات وارتباطها بالأداء وفرق العمل

3. **Robbins, S. P., & Judge, T. A.** (2019). *Organizational Behavior* (18th Edition). Pearson.

يشرح السلوك التنظيمي والعوامل المؤثرة على أداء الفرق، ومنها القيادة

المراجع العربية:

1. القيادة الفعالة في المنظمات الحديثة. (2016)، صالح عبد العزيز السويديان

يتناول الكتاب أساليب القيادة وأثرها على تحفيز العاملين وأداء الفرق

2. نظريات القيادة وأساليبها وتأثيرها على الأداء المؤسسي- ناصر بن فهد المطيري

دراسة تطبيقية حول أساليب القيادة وأثرها في المؤسسات المختلفة

3. القيادة التحويلية وأثرها على الأداء الوظيفي .(2019)، ناصر بن فهد العتيبي رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز .دراسة تطبيقية على الاعلام السعودي

دراسة تفصيلية تربط بين أسلوب القيادة التحويلية وأداء العاملين في مجال الإعلام.

4.إدارة فرق العمل ودورها في تحقيق الأهداف المؤسسية .أحمد محمود الزبيدي

يركز على طرق إدارة فرق العمل وأثرها على الإنتاجية

