

# بررسی دیدگاه و نگرش به آینده شغلی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی در مقایسه با دانشجویان کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی

دکتر علی دلاور، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران  
افسانه مظفری، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران  
مرجان گودآسیایی، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسئول مکاتبات)  
asiaie\_marjan@yahoo.com

## چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی دیدگاه و نگرش دانشجویان ارشد رشته‌های علوم ارتباطات اجتماعی در مقایسه با رشته جامعه‌شناسی نسبت به آینده شغلی‌ای که در انتظارشان است، انجام شد. روش پژوهشی در این تحقیق پیمایشی و نمونه‌گیری به کار گرفته شده به صورت کاملاً تصادفی بوده که ۱۲۴ پرسشنامه را در میان دانشجویان مقطع ارشد این دو رشته در سه دانشگاه آزاد (واحد علوم و تحقیقات، تهران مرکزی و واحد قیام-دشت) پخش و نگرش آن‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته شد.

این تحقیق در پی آزمون چهار فرضیه و یافتن پاسخی برای چگونگی بررسی دیدگاه و نگرش به وضعیت اشتغال در آینده دو گروه با توجه به تئوری مازلو مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت نتیجه ذیل حاصل گردید:  
دانشجویان دو گروه ارشد رشته ارتباطات و جامعه‌شناسی دیدگاهی نسبتاً مثبت به جایگاه و توانایی‌های خود در آینده شغلی‌شان داشته و از عوامل انگیزش برای یافتن شغل مناسب با توجه به رشته تحصیلیشان را به دست آوردن تجربه از طریق گذراندن دوره‌های آموزشی و انجام پروژه‌های مقطعی در طول تحصیل، به دست آوردن تخصص از طریق کارآموزی در سازمان‌های تخصصی و مربوطه و نیز وضعیت مناسب درآمد و هم‌چنین دیدگاهی منفی نسبت به عملکرد دولت در خصوص فراهم نیاروندن فرصت‌های شغلی مناسب، درآمد پایین و نیز افزایش بی‌رویه ظرفیت پذیرش دانشجویان توسط دانشگاه آزاد بدون در نظر گرفتن آینده شغلی آن‌ها پس از فارغ‌التحصیل شدن می‌دانند.

**واژگان کلیدی:** دیدگاه و نگرش، آینده شغلی، عوامل انگیزش شغلی، فرصت‌های شغلی

**مقدمه:**

در اعلامیه جهانی حقوق بشر آمده است، ((هر انسانی دارای حق کار است.)) کار به عنوان انجام وظایفی تعریف می‌شود که متضمن صرف کوشش‌های فکری و جسمی بوده و هدفشان تولید کالا و خدماتی است که نیازهای انسانی را برآورده می‌سازد. انسان در فرآیند کار کردن است که وارد نظام تقسیم کار می‌شود و در این فرایند است که او صاحب نقش و پایگاه اصلی اجتماعی می‌شود. کار می‌تواند جایگاه فرد را در طبقات اجتماعی مشخص کند و پس از آن می‌تواند چگونگی رابطه خود را با دیگران تنظیم نماید. (میرموسوی، ۱۳۸۴: ۱۴۲)

نقش و اهمیت نیروی انسانی در بهره‌وری، کارایی و اثربخشی و نیز توسعه از دیدگاه‌های مختلف بسیار شفاف است، نیروی انسانی مهم‌ترین عامل از عوامل کار و تولید به‌شمار می‌آید که تحت تاثیر عوامل درونی و بیرونی رفتارهای پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی از خود نشان می‌دهد. این رفتار پاسخی به افکار، اندیشه‌ها، هیجانات، احساسات و کنش و واکنش‌های درونی فرد است که تاثیر مستقیم بر عملکرد او دارد.

به‌کارگیری نیروی انسانی مستلزم مطالعه و بررسی نیازها و انواع مشاغل موجود است. هر اقدام بدون مطالعه و هر نوع به‌کارگیری نیروی انسانی بر اساس توصیه و سفارش و بدون در نظر گرفتن شرایط و ویژگی‌های شغل، در نهایت با منابع سازمان یا واحدهایی که به نیروی متخصص و ماهر نیاز داشته‌اند، در تضاد بوده و علاوه بر سایر عوامل دیگر تاثیرگذار بر روند حرکت عرضه‌کنندگان محصول - خدمت، حداقل دو زیان عمده را به دنبال خواهد داشت:

۱. نیروی انسانی دارای مهارت‌هایی است که در آن شغل به کار نمی‌آید و باید مهارت‌های تازه‌ای کسب شود.

۲. شغل مورد تصدی این نیرو تا زمان کسب مهارت‌های لازم توسط او به‌درستی انجام نمی‌شود.

تناسب شغل و شاغل و میزان انطباق توانایی جسمی و روحی شاغل با نیازهای شغل، یکی از عوامل موثر در توسعه منابع انسانی است. استخدام نیروی کار ماهر، به‌کارگیری، انتصاب، پرداخت حقوق و دستمزد و... در بازار کار و متناسب بودن آن‌ها با خصوصیات نیازهای شغل با کاهش زیان‌های مضاعف در راستای توسعه کیفیت عملکرد منابع انسانی همراه است، ضمن این که هدف اساسی فرایند مزبور در جهت‌دهی فعالیت‌ها و تلاش‌های این عامل به‌سوی بهره‌وری از آن می‌باشد. (آقاخانی، ۱۳۸۶: ۹۲)

**بیان مسأله**

جهان امروز جهان گسترده در مناسبات اجتماعی انسان است. انسان به عنوان مغز متفکر در طول قرن‌های متمادی در مسیر تکوین و تکامل کوشیده است تا بتواند به نحوی زندگی فردی و اجتماعی‌اش را سهل و آسان کند و از آن استفاده برد.

اشتغال یکی از اساسی‌ترین فعالیت‌های زندگی است و فرد باید سرانجام شغلی را برگزیند و از آن طریق به زندگی‌اش ادامه دهد. اشتغال از درجه بالایی برخوردار است، زیرا هستی فرد و استمرار جامعه به آن بستگی دارد. (شفیع آبادی،

۱۳۸۹: ۲)

اشتغال به معنای امروزی با آنچه در قرن‌های گذشته به آن شغل می‌گفتند، معنای متفاوتی پیدا کرده است. در گستره بی‌حد و مرز علوم، انسان امروز انسانی محصور در میان اطلاعات مختلف است که به‌صورت تصادفی بر تعداد این اطلاعات افزوده می‌شود. قرنی را که هم اکنون پشت سر می‌نهیم، قرن توسعه علوم و فنون گوناگون و شکل‌گیری ارتباط وسیع بین کشورهای مختلف است که پیشرفت چشم‌گیر وسایل ارتباط جمعی و امکان دستیابی گسترده به منابع اطلاعاتی باعث شده که این دوره از زندگی بشر ((عصر ارتباطات)) نام گیرد. (بلازک، ۱۳۸۸: ۳)

ارتباطات فرایندی است که در آن معنا بین موجودات زنده تعریف و به اشتراک گذاشته می‌شود. ((ارتباطات)) علم برقراری ارتباط است که به‌عنوان رشته‌ای دانشگاهی از شاخه‌های علوم اجتماعی به بررسی پدیده ارتباط می‌پردازد که

معمولا از رهگذر سامانه‌ای از نمادهای مشترک انجام می‌گیرد. امروزه این رشته دانشگاهی در حوزه‌های مختلف روزنامه‌نگاری، روابط عمومی، مدیریت رسانه، تبلیغات بازرگانی و... تدریس می‌شود. (fa.wikipedia.org)

در جهان کنونی نیاز به کسب اخبار و اطلاعات به‌روز در خصوص وقایع و رویدادهایی که به‌سرعت در حال تغییر است، بیش از پیش احساس می‌شود؛ به‌طوری‌که روزانه میلیون‌ها نفر با استفاده از انواع وسایل ارتباط جمعی از وقایع و رویدادهای پیش آمده در دور افتاده‌ترین نقطه جهان به‌شکل خبر، گزارش، تفسیر و یا از طریق روابط عمومی‌های سازمان‌های مختلف که رابطی بین عوامل درون سازمان با محیط پیرامون خود است، مطلع می‌شوند. امروزه بر هیچ کسی پوشیده نیست که پیشرفت علم ارتباطات همه عرصه‌های علوم اجتماعی و انسانی را تحت الشعاع قرار داده و این حاصل فعالیت افرادی است که به‌عنوان روزنامه‌نگار، کارشناسان روابط عمومی در خبرگزاری‌ها، مطبوعات، شبکه‌ها، آژانس‌های خبری و سازمان‌های بزرگ مشغول هستند. از سوی دیگر شناخت جامعه و بررسی اوضاع و احوال رو به پیشرفت و در حال گذار اجتماع از ضرورت‌های زندگی انسان در هر کشوری محسوب می‌شود که توسط جامعه‌شناسان، رفتارهای بشری در ساختارهای اجتماعی و کنش‌های آن‌ها در خانواده، نهادها، انجمن‌ها، گروه‌های همسن و... مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. (عفاقی، ۱۳۸۵: ۴)

بنابراین با توجه به این مهم باید به نیروی کار آموزش‌دیده این رشته‌ها در دانشگاه‌ها توجه ویژه شود. پژوهش‌گران معتقدند که رضایت شغلی یا عدم رضایت شغلی به‌شدت با عوامل روانی در ارتباط بوده و باید به آن به‌شکل سازگاری عاطفی با شغل و اوضاع اشتغال نگرست؛ اما عده‌ای دیگر نیز اوضاع حرفه‌ای را با عوامل جسمانی و اجتماعی مرتبط می‌دانند. (میرموسوی، ۱۳۸۳: ۴)

دانشجویان به عنوان افراد تحصیل‌کرده اجتماع در حال گذر از سطوح عالی علمی هستند و به‌عنوان افراد متخصص در زمینه صنعت، خدمات و... در آینده نزدیک و پس از فارغ‌التحصیل شدن وارد گردونه نظام تقسیم کار می‌شوند؛ لذا با توجه به این مهم رهبران یک کشور باید مدیریتی مناسب داشته باشد تا با برنامه‌ریزی مدون و توجه بیشتر به بخش‌های مورد علاقه فارغ‌التحصیلان با توجه به تخصص به‌دست آمده، آن‌ها را به سمت نظام تقسیم کار رهنمود کنند و در جهت رفع مشکلات و بیکاری‌های پیش روی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان تلاش نمایند.

با توجه به توضیحات ذکر شده، می‌توان گفت پژوهش حاضر پیرامون همین موضوع در میان دانشجویان دو گروه ارتباطات و جامعه‌شناسی صورت گرفت و درصدد آن بود تا تفاوت نگرش این دو گروه را مورد ارزیابی قرار دهد، زیرا که این دو گروه تغذیه‌کننده بخش‌های اساسی اوضاع و احوال اجتماع و اطلاع‌رسانی به افکار عمومی هستند و کشف علایق و انتظارات آن‌ها باعث شناخت میزان تقاضای کار در بخش‌های مختلف می‌شود. بنابراین پژوهش‌گر در این تحقیق، نگرش و دیدگاه‌های دانشجویان این دو گروه تحصیلی را نسبت به این‌که چه توقعی را از آینده کاری خود دارند، مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

### تاریخچه راهنمایی شغلی

راهنمایی شغلی همچون راهنمایی تحصیلی تاریخچه بسیار طولانی دارد و از گذشته‌های دور و هم‌زمان با اشتغال انسان و تقسیم وظایف و مسئولیت‌ها به‌وجود آمده است. راهنمایی شغلی، به‌طور عام، با نظام استاد-شاگردی آغاز شده است و والدین در گذشته فرزندان خود را برای بر عهده گرفتن شغل خود آماده می‌ساختند و مهارت‌های ضروری را به آنان می‌آموختند.

در ایران اولین مدرسه دولتی در سال ۱۲۶۸ به همت میرزاتقی خان امیرکبیر تاسیس شد و هفت نفر معلم خارجی به تدریس در رشته‌های پیاده‌نظام، سواره‌نظام، توپخانه، مهندسی، پزشکی و جراحی، داروسازی و معدن‌شناسی مشغول شدند. در سال ۱۲۶۷ نیز تعدادی محصل ایرانی برای ادامه تحصیل در رشته‌های گوناگون به فرانسه اعزام شدند. در سال ۱۳۰۷ در زمان وزارت اعتمادالدوله برای برطرف ساختن نیازهای فنی و علمی کشور و به‌منظور پرورش

کارشناس، مقرر گردید تا همه ساله دست کم صد نفر دانشجو برای آموختن فنون، علوم ریاضی، طبیعی، پزشکی، مهندسی و علوم تربیتی از بین فارغ‌التحصیلان دبیرستان‌ها اعزام شوند. در سال ۱۳۱۳ با تاسیس دانشگاه تهران، دانشکده‌های طب و دندان‌سازی و داروسازی کار خود را آغاز کردند. در سال ۱۳۲۶ با تاسیس دانشسراها و دبیرستان‌های کشاورزی، به تدریج مدارس حرفه‌ای و هنرستان‌ها در مرکز شهرستان‌ها به وجود آمدند و به آموزش و تربیت نیروهای ماهر و کارآمد پرداختند.

اصطلاح راهنمایی شغلی برای اولین بار در جهان در سال ۱۹۱۴ به‌طور رسمی در کنگره‌ای که در بروکسل تشکیل شد، به کار رفت. اصولاً پیدایش راهنمایی شغلی، نتیجه توسعه صنعتی و پیشرفت‌های اجتماعی بشر است و در جوامع صنعتی، اجرای آن ضرورت اجتناب ناپذیری محسوب می‌شود. در سال ۱۹۰۶ تنظیم و تدوین خدمات راهنمایی شغلی را فرانک پارسونز در بوستون واقع در آمریکا آغاز کرد. مهم‌ترین کار پارسونز، سازمان دادن به مجموعه فعالیت‌های پراکنده‌ای بود که در زمینه راهنمایی شغلی انجام می‌گرفت. در سال ۱۹۰۸ بر اثر اقدامات پارسونز، موسسه‌ای به وجود آمد که هدفش یاری رساندن به جوانان ترک تحصیل کرده و بیمار بود. در سال ۱۹۱۳ اولین خدمات راهنمایی شغلی به‌طور رسمی از طریق موسسه اطلاعات شغلی و حرفه‌ای بوستون ارائه و اولین مجله شغلی در سال ۱۹۱۵ منتشر شد. مقارن با سال ۱۹۱۳ مقدمات مطالعه در موضوعات راهنمایی شغلی در فرانسه نیز آغاز و در سال ۱۹۲۸ موسسه ملی راهنمایی شغلی در پاریس تاسیس شد. در سوئیس بر اثر تلاش‌های کلاپارد ((جنبش راهنمایی شغلی)) در سال ۱۹۱۴ آغاز گردید.

در سال ۱۹۳۳ با تشکیل مراکز اشتغال و کاریابی اقدامات مفیدی برای برقراری توازن بین عرضه و تقاضا به‌منظور توزیع متناسب نیروی کار به‌وجود آمد. نتیجه تاسیس این مراکز، ایجاد حدود ۲۵ هزار موسسه استخدامی و به‌کار گماری حدود ۱۰۰ هزار نفر کارگر از طریق این مراکز بود. هم‌چنین متخصصان و محققان وزارت کار آمریکا، خصوصیات و شرایط احراز مشاغل موجود در جامعه آمریکا را جمع‌آوری، طبقه‌بندی و با عنوان فرهنگ عناوین مشاغل منتشر کردند که در آن مشاغل به گروه‌های اصلی تخصصی و فنی، منشی‌گری و فروشنده‌گری، خدمات، کشاورزی و دریایی و جنگلی، مکانیکی و دستی تقسیم شده است.

سال ۱۹۵۱ نقطه عطفی در تاریخ راهنمایی شغلی در دنیا محسوب می‌شود. از این سال به بعد نظریه‌های انتخاب شغل مطرح شد و اولین بار گینزبرگ اقتصاددان معروف آمریکایی و همکارانش در کتاب ((انتخاب یک شغل)) عقاید خود را مطرح ساختند. آنان با طرح دیدگاه‌های جدید، انتخاب شغل را فرایند تکاملی دانستند. (شفیع آبادی، ۱۳۸۹: ۱۰۸-۱۱۱)

### مفهوم شغل

شغل از نظر لغوی به‌معنای به‌کار گماردن در جایی و آن موردی است که باعث مشغولیت فرد می‌شود. فرد از طریق اشتغال، فعالانه در جریان تولید، مشارکت و پاداشی به‌صورت پول نقد یا کالا دریافت می‌کند. شغل در راهنمایی شغلی، گروهی از موقعیت‌های مشابه در یک موسسه، اداره یا کارگاه است که افراد واجد شرایط می‌توانند آن موقعیت‌ها را احراز کنند و وظایف محوله را انجام دهند. احراز هر شغلی به ضوابط و ویژگی‌های شخص نیاز دارد. شاغل زمانی احساس آرامش و موفقیت در ادای وظایفش خواهد کرد که خصوصیات لازم برای احراز شغل مورد نظر را داشته باشد. از طریق راهنمایی شغلی، هماهنگی و تناسب منطقی بین ویژگی‌های شاغل با شرایط و ضوابط احراز، شغل ایجاد می‌شود. (شفیع آبادی، ۱۳۸۹: ۱۳۷)

## عوامل موثر بر اشتغال مناسب

دنیای مشاغل و بازار کار با توجه به توسعه جامعه صنعتی همواره در تغییر و دگرگونی است. به این معنی که برخی مشاغل از بین می‌روند و مشاغل جدیدی جایگزین آن‌ها می‌شوند. برای آن‌که راهنمایی و مشاوره شغلی با موفقیت همراه شود، مشاور شغلی علاوه بر آشنایی با عواملی که موجب تغییر در نوع مشاغل و شاغلان می‌شود؛ نظیر: ارزش‌ها، میزان ساعات کار و تحول جامعه، باید در زمینه عوامل موثر بر جریان اشتغال، نظیر: موفقیت، رضایت، سازش و انگیزش شغلی نیز آگاهی کافی داشته باشد. اکنون هر یک از این عوامل به‌طور مختصر بررسی می‌شود:

تغییر در ارزش‌های حاکم: ارزش‌ها و سیاست‌های حاکم بر جامعه، نوع و چگونگی جریان اشتغال را مشخص می‌سازد. با تغییر ارزش‌ها برخی مشاغل اهمیت و موقعیت خود را از دست می‌دهند یا از بین می‌روند. در مقابل برخی مشاغل دیگر اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند یا به‌وجود می‌آیند.

تغییر در میزان ساعات کار: در مواقعی به دلایل مختلف تصمیم گرفته می‌شود که در میزان ساعات کار شاغلان تغییراتی به‌وجود آید. هرگاه تعداد بیکاران در جامعه افزایش یابد، احتمال دارد ساعت کار موظف افراد کاهش داده شود تا تعداد بیشتری به‌کار گمارده شوند.

تغییر جامعه سنتی به صنعتی: بر اثر تحول جامعه از سنتی به صنعتی در نوع مشاغل تغییرات چشم‌گیری به‌وجود می‌آید. در جامعه سنتی، کارها با دست انجام می‌شوند، در حالی که چنین وضعی به‌هیچ‌عنوان نمی‌تواند پاسخ‌گوی نیازهای مصرفی فزاینده جامعه صنعتی باشد.

سازش شغلی: سازش شغلی که ترکیبی از عوامل روانی و غیر روانی است، برای ادامه اشتغال ضرورت دارد. سازش شغلی به حالت سازگار و نظر مساعد فرد نسبت به شغلش پس از آغاز اشتغال اطلاق می‌شود.

انگیزش شغلی: برای ادامه اشتغال موفق فرد باید انگیزه‌ای قوی برای کار کردن داشته باشد.

موفقیت شغلی: در موفقیت شغلی که دو مفهوم عملکرد و کارایی مد نظر است بر موارد گوناگون از جمله پیشرفت در شغل، ارتقای مهارت و کسب درآمد بیشتر تاکید می‌شود.

رضایت شغلی: رضایت شغلی که احساس مثبت فرد نسبت به شغل و شرایط اشتغال است، در اشتغال موفق نقش به‌سزایی دارد. (شفیع آبادی، ۱۳۸۹: ۱۳۸-۱۴۱)

## عوامل موثر در انتخاب شغل

انتخاب شغل فرایند پیچیده‌ای است که عوامل بسیاری در آن دخالت دارند. دسته‌ای از این عوامل خود به‌خود رد می‌شوند که از آن جمله می‌توان وضع جسمانی، استعداد و رغبت را نام برد. دسته دیگر، عوامل محیطی و بازار مشاغل را شامل می‌گردد. فرد هر چه اطلاعات بیشتر و دقیق‌تری درباره خصوصیات خود و فرصت‌های استخدامی و مشاغل داشته باشد، انتخابش مناسب‌تر خواهد بود. عوامل موثر در انتخاب شغل به‌طور مختصر در این‌جا بررسی می‌شود:

۱. وضع جسمانی: وضع جسمانی در انتخاب شغل و اشتغال نقش موثری دارد. هر شغلی به خصوصیات جسمانی مشخص نیاز دارد و مشاغل باید واجد آن خصوصیات و شرایط باشند. برای احراز مشاغلی داشتن جثه بزرگ و قوی ضروری است و در برخی مشاغل ممکن است جثه بزرگ مانع انجام دادن وظایف محوله گردد.

۲. استعداد: استعداد یکی از عوامل مهم در انتخاب شغل و ادامه اشتغال موفق به‌حساب می‌آید. استعداد به معنای مهیا و آماده شدن و توان انجام دادن کاری را داشتن است. استعداد عبارت از استعداد فطری فرد که به امر یادگیری کمک می‌کند و باعث سرعت آن می‌شود.

۳. رغبت: رغبت به معنی میل و خواستن و آرزوی چیزی را داشتن است. هم‌چنین احساس خوشایند یا تمایل نسبت به چیزی یا موضوعی رغبت نامیده می‌شود. رغبت، انگیزه‌ای مهم برای تلاش و حرکت انسان به‌حساب می‌آید و در آموزش و پرورش اهمیت فراوانی دارد.

۴. امکانات فردی-اجتماعی: علاوه بر موارد مطرح شده، عوامل دیگری نظیر شخصیت، واقع‌نگری، امکانات محیطی و نیازهای جامعه در راهنمایی شغلی و انتخاب شغل نقش فراوان دارند. نوع شخصیت در انتخاب شغل اثر می‌گذارد و افرادی که مشاغل یکسانی را برمی‌گزینند تا حدودی ساخت شخصیتی مشابهی دارند.

### مشکلات انتخاب شغل

شغل و اشتغال اساسی‌ترین رکن زندگی است و پیشرفت هر جامعه به‌نحوه اشتغال افراد آن بستگی دارد. در هر جامعه-ای با در نظر گرفتن امکانات مادی و نیروی انسانی به برنامه‌ریزی شغلی که تامین کننده رشد اقتصادی-اجتماعی و رفاه افراد باشد اقدام می‌شود. در یک جامعه سالم برای همه افراد با توجه به خصوصیات آنان، فرصت اشتغال فراهم می‌آید.

انتخاب شغل از نظر فردی و اجتماعی با مشکلات گوناگونی مواجه است. گاهی فرد توانایی یا رغبت لازم را برای احراز انجام دادن شغل مورد نظر ندارد و زمانی جامعه به دلایل متعدد امکانات کافی برای ارائه و تامین مشاغل لازم برای افراد جامعه را ندارد و یا آنان که مشاغل به صاحبان اصلی آن بر اساس تخصص واگذار نمی‌شود. بنابراین مشکلات عمومی انتخاب شغل به شرح ذیل توضیح داده می‌شود:

۱. عدم انتخاب: در این حالت فرد هنوز شغلی را انتخاب نکرده است و اگر از او درباره شغل آینده‌اش سوال شود هیچ گونه پاسخی ندارد. چنین فردی به دلایل مختلف درباره مشاغل نیندیشیده و ترجیح‌های شغلی خود را مشخص نساخته است.

۲. انتخاب نامناسب: در این حالت ممکن است فرد شغلی را انتخاب کند که با وضعیت و خصوصیات او سازگار و هماهنگ نیست. چنین موردی معمولاً بر اثر کافی نبودن اطلاعات شغلی فرد یا نبودن فرصت‌های شغلی و برنامه‌ریزی نادرست اشتغال در جامعه پدید می‌آید و به چندین نوع ممکن است ظاهر شود: (۱) فرد به انتخاب شغلی راغب می‌شود که استعداد کافی برای آن ندارد؛ در این مورد در نهایت موفقیتی در اشتغال نصیب او نخواهد شد، زیرا فاقد مایه اصلی یعنی استعداد است. (۲) رغبت و استعداد فرد در شغل مورد نظر یا شغل انتخاب شده هم جهت نیستند. (شفیع آبادی، ۱۳۸۹: ۱۵۱-۱۵۲)

### مفهوم نگرش

نگرش طرز تلقی انسان نسبت به جنبه‌های مختلف دنیای بیرونی است. نگرش عبارت است از: ارزشیابی‌های مثبت و منفی یا احکام ارزشی مطلوب یا نامطلوب درباره اشیاء، اشخاص یا وقایع. نگرش‌ها چگونگی احساس یک فرد را نسبت به چیزی نشان می‌دهند. (زلی، ۲۰۰۵: ۱۰۴)

فردی که نسبت به یک موضوع نگرش مثبت یا منفی دارد در برابر آن واکنش مثبت یا منفی نشان می‌دهد. بخشی از این واکنش به صورت اظهار عقیده درباره موضوع و بخش دیگر ممکن است در اعمال و رفتار او نسبت به آن موضوع جلوه‌گر شود.

بر اساس تعریف فوق نکته‌هایی را می‌توان استنباط کرد که مفروضات اساسی تعریف نیز به حساب می‌آیند. نکته اول این‌که، نگرش با رفتار رابطه دارد. این رابطه مشخصاً یک ارتباط مستقیم خطی نیست، اما می‌توان انتظار داشت که نگرش‌های افراد تا حدودی قادر به پیش بینی رفتارهای آن‌ها باشد. فرد بر اساس نگرش خود نسبت به یک مقوله این آمادگی را دارد که به‌گونه‌ای خاص رفتار کند.

نکته دوم این‌که، نگرش ساختی چند بعدی دارد که مهم‌ترین بعد آن با احساس مشخص نسبت به شیء وابسته است. آن احساس ویژه از نوع التفات، علاقه و یا کشش و جاذبه است. یعنی درجه علاقه‌مندی به یک شیء مورد علاقه (احساس خوشایند) یا بی‌علاقگی نسبت به چیزی (احساس ناخوشایند) را نشان می‌دهد؛ لذا می‌توان آن را بر روی یک

پیوستار از خیلی مثبت تا خیلی منفی را نمایش دهد. روانشناسان اجتماعی معمولاً نگرش‌ها را به‌عنوان یکی از اجزای یک نظام سه جزئی مطالعه می‌کنند که اعتقادات جزو شناختی، نگرش‌ها جزو عاطفی و اعمال جزو رفتاری آن را تشکیل می‌دهند. اعتقادات و باورداشت‌های افراد نسبت به اشیا و امور، اساس و پایه نگرش‌های آنان را فراهم می‌آورد. نکته سوم این‌که، نگرش سازه‌های ذهنی است. از این رو با آن که پیامدها و نتایج آن قابل مشاهده است، خود نگرش‌ها ملموس و قابل رویت نیستند؛ بنابراین می‌توان نگرش‌های افراد را از روی اظهارات و رفتارهای آن‌ها استنباط نمود. دیگر مشخصه نگرش‌ها آن است که همواره متوجه شیء یا موضوعی است که شخص به آن دارای احساسات و عقاید خاص می‌باشد. نگرش‌ها ارزشیابی‌های پایدار اشخاص نسبت به اشیا و موضوعات می‌باشند، لذا احساس و واکنش موقتی و زودگذر شخص نسبت به اشیا و موضوعات هستند و احساس و واکنش موقتی و زودگذر شخص نسبت به یک موضوع را نمی‌توان نگرش وی محسوب نمود.

### نگرش‌های شغلی

مبحث نگرش‌های شغلی از جمله کاربردی‌ترین استفاده مقوله نگرش‌ها است که توجه علمای اجتماعی و دانش مدیریت را به خود جلب کرده است. به اعتقاد دانشمندان بیشترین پژوهش در حوزه نگرش در زمینه نگرش‌هایی صورت گرفته است که با احساس شخص نسبت به شغل وی سر و کار دارند. نگرش‌های شغلی احساسات کلی فرد نسبت به شغلش، ارزیابی‌ها و احکام ارزشی مطلوب یا نامطلوب در خصوص جنبه‌های مختلف کار و شغل است. سه نگرش شغلی را می‌توان شناسایی کرد:

#### رضایت شغلی، دلبستگی و یا وابستگی شغلی و تعهد سازمانی

((دلبستگی یا وابستگی شغلی)) تعیین کننده آن است که یک فرد از نظر روانی تا چه حد خودش را با کارش همانند دانسته و به‌طور فعال در انجام آن مشارکت نموده و عملکرد شغلی‌اش را در احساس خود ارزشمندی مهم می‌داند. در این حالت شغل برای فرد از اهمیت بالایی برخوردار است تا به‌حدی که وی سطح عملکرد و کارایی شغلی خویش را مبنایی برای ارزیابی خود قرار می‌دهد.

((تعهد سازمانی)) نیز همانند وابستگی شغلی است، ولی موضوع و مصداق آن به‌جای شغل سازمان تخصصی است. پس تعهد سازمانی چنان نگرشی را بیان می‌کند که با حالات و احساس توأم است که فرد طی آن خود را با سازمانی خاص همانند سازی می‌کند. تعهد سازمانی مفهومی است که نشان می‌دهد کارمند تا چه حد خودش را با اهداف سازمانی تطبیق داده، عضویت در آن سازمان را ارزشمند می‌داند و مایل است با تمام توان، جهت نیل به اهداف کلی سازمان تلاش نماید. از این نظر تعهد صرف عضویت در سازمان متفاوت است، چراکه تعهد سازمانی مستلزم ایفای رابطه‌ای فعال بین کارمند و سازمان می‌باشد، به‌گونه‌ای که کارمند با تمایل باطنی فراتر از رفتارهای از پیش تعیین شده مورد قبول رفته و می‌خواهد با ایفای نقش فعال‌تر به تحقق اهداف سازمان کمک نماید.

بالاخره سومین نگرش شغلی، رضایت شغلی است که به نگرش کلی فرد درباره شغلش اطلاق می‌شود. کسی که رضایت شغلی‌اش در سطح بالایی است به کارش نگرش مثبت دارد، ولی کسی که از کارش ناراضی است نگرش وی نیز نسبت به کارش منفی است.

پژوهش‌های تجربی متعدد نشان داده است که این سه نوع نگرش شغلی (رضایت شغلی، دلبستگی یا درگیری شغلی و تعهد سازمانی) هر کدام مفهوم مستقلی هستند و هر چند با یکدیگر همبستگی دارند، ولی متمایز می‌باشند. (دلور،

**شیوه‌های تغییر نگرش**

نگرش‌های کارکنان سازمان را می‌توان تغییر داد و گاه مدیران ناگزیر به تغییر نگرش افراد تحت نظارت خود می‌شوند. برای مثال ممکن است کارکنان یک سازمان معتقد باشند که مدیر برای آنان اهمیتی قائل نیست و سپس مدیر درصدد تغییر این نگرش برآید. گاه تغییر چنین نگرشی به دلیل وجود موانع گوناگون به‌سادگی میسر نیست و برای تغییر نگرش‌ها ابتدا باید این موضوع را شناسایی و آن‌گاه راهبردهای مناسبی برای غلبه بر آن‌ها پیدا کرد.

برای تغییر نگرش مردم دو مانع بزرگ وجود دارد: اولین مانع، تعهدات پیشین افراد است. غالباً افراد یک سازمان نسبت به شیوه عمل خاصی احساس تعهد می‌کنند و مایل به تغییر آن نیستند. دومین مانع، در نتیجه اطلاعات ناکافی به وجود می‌آید. گاهی افراد یک سازمان برای تغییر نگرش‌های خود دلیلی نمی‌بینند.

برای از بین بردن موانع موجود در جهت تغییر نگرش‌های کارکنان سازمان روش‌ها و راهبردهای گوناگونی وجود دارد که عبارتند از: فراهم آوردن اطلاعات جدید، استفاده از ترس، از بین بردن ناهمخوانی‌ها، روش مقابله، تغییر دادن مراجع ایجاد نگرش.

در زیر برخی از شیوه‌های تغییر نگرش توضیح داده می‌شود:

۱. فراهم آوردن اطلاعات جدید: گاه اطلاعات جدید می‌تواند موجبات تغییر عقیده فرد را نسبت به موضوع خاص سازمان را فراهم آورد.

۲. استفاده از ترس: راه دیگر تغییر نگرش‌های کارکنان استفاده از ترس است. مطالعات نشان می‌دهد که گاه ترس باعث می‌شود نگرش افراد تغییر کند، اما به‌نظر می‌رسد که میزان ترس در نتیجه نهایی و تغییر نگرش موثر است.

۳. از بین بردن ناهمخوانی‌ها: این روش پیشنهاد می‌کند برای تغییر نگرش، تفاوت و ناهمخوانی‌های بین نگرش فرد و رفتار او را کاهش دهیم یا از بین ببریم. برخی بررسی‌ها نشان می‌دهند وقتی برای داوطلبان شغل خاصی، بیش از یک فرصت استخدامی وجود دارد و این داوطلبان نیز ناگزیر هستند یکی از مشاغل را انتخاب کنند، غالباً احساس خواهند کرد که انتخاب نهایی آنان اشتباه بوده است، اما معمولاً این گونه تعارض یا ناهمخوانی ملایم برای مدت طولانی ادامه پیدا نمی‌کند. (دلاور، ۱۳۸۷: ۵۰)

**رشته علوم ارتباطات اجتماعی**

انسان قرن بیست و یکم با بشر اولیه تفاوت بسیار دارد و باید برای برقراری ارتباط با او، به‌خصوص ارتباطی با نفوذ و پایدار که با حرف‌ها و تجربه‌های تازه و ناگفته همراه باشد، به هنر و دانش پیچیده علوم ارتباطات اجتماعی مجهز شود. این علم امروزه در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی سراسر دنیا تدریس می‌شود و در کشور ما نیز با دو گرایش روزنامه‌نگاری و روابط عمومی، یکی از رشته‌های گروه آزمایشی علوم انسانی است.

**گرایش روزنامه‌نگاری**

گرایش روزنامه‌نگاری نهال تنومندی است که از چشمه‌های هنر و ادبیات، فرهنگ و فلسفه، سیاست و اقتصاد، صنعت و تکنولوژی سیراب می‌شود، برای همین دانشجوی این رشته دروس تئوری و نظری مانند مبانی جمعیت‌شناسی، مبانی روانشناسی، مبانی فلسفه، مبانی علم اقتصاد، نظریه‌های ارتباطات اجتماعی و اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم را مطالعه می‌کند. هم‌چنین دروسی را که هم جنبه عملی و هم جنبه تئوری دارند، مثل اصول و تکنیک‌های تهیه خبر، مصاحبه، گزارش، روش تحقیق، عکاسی خبری، صفحه‌آرایی و ویراستاری را آموزش می‌بیند.



### گرایش روابط عمومی

کارشناس خوب روابط عمومی بر خلاف ذهنیت عامه مردم سعی در پنهان ساختن اخبار بد ندارد. هم‌چنین وظیفه‌اش در بسط اطلاعاتی که مستقیماً از سطوح بالاتر سازمان می‌گیرد، خلاصه نمی‌شود، بلکه کارشناس روابط عمومی یک مشاور است که جریان دو طرفه ارتباطی را بین شرکت و مخاطبان آن میسر می‌سازد و بر این اعتقاد است که رمز موفقیت یک برنامه موثر روابط عمومی، قابلیت انتقال پیام صحیح از راه صحیح، در زمان مطلوب و به فرد صحیح است. در واقع کارشناس روابط عمومی از یک سو وظیفه آگاه کردن، خبر دادن و مطلع کردن مردم از مقاصد مدیریت سازمان را بر دوش دارد و از سوی دیگر مسئولیت ارائه مشورت‌های کارشناسانه با مدیریت موسسه در مورد طرز تفکر مردم و گروه‌های مورد توجه آن حوزه و تجزیه و تحلیل افکار عمومی و بررسی جامعه شناختی گرایش‌ها و طرز تفکرهای مردم بر عهده او می‌باشد.

### رشته جامعه‌شناسی

جامعه‌شناسی برای اولین بار در سال‌های ۱۸۸۰ و ۱۸۹۰ میلادی به‌عنوان یک رشته دانشگاهی شناخته شده و در دانشگاه‌ها شروع به تدریس شدن کرد. اولین مکتب جامعه‌شناسی مکتب دورکیم بود. این مکتب که توسط جامعه‌شناس فرانسوی امیل دورکیم تاسیس شد. وی تأکید زیادی بر وجود واقعیت‌های در سطح اجتماع داشت که مستقل از ویژگی‌های روانی مختلف تک تک افراد جهت تلاش برای یافتن این حقیقت‌ها و ارتباط آن‌ها با هم، این گروه از جامعه‌شناسان شروع به بررسی جوامع انسانی بدوی کردند.

ماکس وبر اقتصاددان و مورخ در تثبیت جامعه‌شناسی به‌عنوان یک رشته دانشگاهی در آلمان در دهه‌های اول قرن بیستم نقش عمده‌ای بازی کرد. جامعه‌شناسان آلمانی بر خلاف جامعه‌شناسان فرانسوی و انگلیسی زبانان به جای تقلید از روش مدل سازی رایج در علوم فیزیکی بیشتر متأثر از تحلیل‌های تاریخی و تحت تأثیر دیدگاه‌های مارکسیستی قرار داشتند. در بریتانیا رشته جامعه‌شناسی تا حدود سال‌های ۱۹۶۰ میلادی تنها در یک موسسه آموزشی (The Economics London School of) تدریس می‌شد و علاقه‌ها بیشتر به یافتن تغییرات تکاملی جامعه بریتانیا و حل مسائل مربوط به اداره حکومت محدود می‌شد.

### نظریات

#### نظریه ویژگی شغل

این نظریه توسط دو دانشمند به نام‌های ترنر و لارنس بیان شد. آن‌ها ادعا کردند که کارکنان، مشاغلی را ترجیح می‌دهند که پیچیده و چالش‌گر باشند. چنین مشاغلی می‌توانند بر میزان رضایت شغلی افراد بیافزایند و میزان رغبت آنان را کاهش دهند. نظریه ویژگی‌های شغلی ترنر و لارنس به سه دلیل اهمیت داشت، نخست آن‌که، آنان ثابت کردند که کارکنان نسبت به مشاغل مختلف واکنش‌های متفاوتی را از خود نشان می‌دهند. دوم آنان، دسته‌ای از ویژگی‌های شغلی را ارائه کردند که می‌توان مشاغل را بر آن اساس سنجید و سوم آن‌که، آنان متوجه شدند که باید تفاوت فردی را بر واکنش وی نسبت به مشاغل مورد ملاحظه قرار دهند. (دلاور، ۱۳۸۷: ۵۵-۵۶)

#### نظریه خشنودی شغلی و عملکرد شغلی

ویتلس (۱۹۵۳) انگیزش را با عملکرد شغلی و روحیه برابر می‌داند. استنباط حاصل از زمینه‌یابی‌های نگرشی و نیز مطالعات هاوثورن آن بود که کارکن مولد، کارکنی است که دارای نگرشی مثبت نسبت به شغل خویش است. بنابراین یک متغیر اصلی مورد علاقه روانشناسان صنعتی-سازمانی، روحیه یا خشنودی کارکن بود.

وقوع پیشرفت‌های اساسی در دانش و آگاهی، با بازنگری پیشینه پژوهشی توسط بریفیلد و کراکت (۱۹۵۵) سبب گشت تا به گونه‌ای مستدل و اندیشمندانه این باور به چالش کشیده شود. آنان نشان دادند که هیچ گونه رابطه‌ای بین این دو متغیر وجود ندارد یا مقدار این رابطه بسیار اندک است.

### نظریه سلسله مراتب نیازی

نظریه انگیزشی مازلو (۱۹۴۳) همانند نظریه روان‌کاوی فروید، مبتنی بر یافته‌های حاصل از مشاهده افرادی بود که به منظور دریافت کمک جهت کنار آمدن با مشکلات زندگی شخصی خویش، نزد وی آمدند. این نظریه در جریان (رکود شدید) تدوین شده بود.

مازلو به جای تمرکز بر نگرش‌ها بیان داشت که سلسله مراتبی از پنج مجموعه اهداف وجود دارد که مردم به خاطر دست یافتن به آن‌ها تلاش می‌کنند تا نیازهای اساسی خویش را کامروا سازند. نیازها خزانه رفتاری فرد را برای دستیابی به هر یک از اهداف تعیین می‌کنند. وی بر خلاف روانشناسان تجربی مانند واتسون و ثورندایک معتقد بود که این نظریه به جای هر حیوان پایین‌تر و احتمالاً ساده‌تر با انسان آغاز می‌شود. ثابت شده است که بسیاری از یافته‌هایی که از طریق مطالعه حیوانات به دست آمده‌اند، برای حیوانات واقعیت ندارد و نه برای انسان. هیچ دلیلی به هیچ روی وجود ندارد که چرا ما باید برای مطالعه انگیزش از حیوانات شروع کنیم. (ارشدی، ۱۳۸۹: ۳۴-۳۷)

ترتیب توالی سلسله مراتبی نیازهای پنج‌گانه مازلو: ۱. نیازهای فیزیولوژیکی: حقوق مناسب و مکفی، استراحت‌های کوتاه مدت، موقعیت‌های ایمن کاری. ۲. نیازهای ایمنی: افزایش حقوق برای جبران تورم، امنیت شغلی، موقعیت‌های ایمنی کار، مزایای جانبی مانند: بیمه درمانی، حقوق در زمان بیماری، خانه‌های سازمانی. ۳. نیازهای اجتماعی: ایجاد فرصت برای تعامل کارکنان با یکدیگر، پذیرفته شدن و دوست داشتن از طریق فعالیت‌هایی مانند: جشن‌ها، مراسم سازمانی، سفر دسته جمعی کارکنان و تیم‌های ورزشی. ۴. نیازهای عزت نفس: پست سازمانی، رضایت حاصل از اتمام یک کار، افزایش شایستگی، حقوق، بازنشاسی، قدردانی، وظایف چالش برانگیز، شرکت در تصمیم‌گیری و فرصت‌های پیشرفت. ۵. نیازهای خودشکوفایی: رشد مهارت‌های کارکنان، فرصت برای خلاق بودن، پیشرفت و ارتقا، توانایی کنترل کامل بر شغل.

### فرضیه‌ها

۱. دیدگاه دانشجویان مقطع ارشد رشته ارتباطات در مقایسه با دانشجویان مقطع ارشد رشته جامعه‌شناسی در خصوص آینده شغلی مثبت است.
۲. دیدگاه دانشجویان مقطع ارشد رشته جامعه‌شناسی در مقایسه با دانشجویان مقطع ارشد رشته ارتباطات در خصوص آینده شغلی مثبت است.
۳. دانشجویان مقطع ارشد رشته ارتباطات نگرش مثبتی نسبت به دانشجویان مقطع ارشد رشته جامعه‌شناسی در زمینه آینده شغلی خود دارند.
۴. دانشجویان مقطع ارشد رشته جامعه‌شناسی نگرش مثبتی نسبت به دانشجویان مقطع ارشد رشته ارتباطات در زمینه آینده شغلی خود دارند.

### روش تحقیق

این تحقیق از نوع پیمایشی است. تحقیق پیمایشی یا زمینه‌یابی عبارت است از: مشاهده پدیده‌ها به منظور معنا دادن به جنبه‌های مختلف اطلاعات جمع‌آوری شده است. در این تحقیق از دو مرحله تشکیل شده است: ۱. مشاهده دقیق و نزدیک پارامترهای مورد پژوهش در جامعه. ۲. جمع‌آوری اطلاعات و معنا دادن به آنچه مورد مشاهده است، یعنی

جمع آوری اطلاعات درباره این موضوعات که گروهی از مردم چه می‌دانند، چه فکر می‌کنند یا چه کاری انجام می‌دهند، اجرا شود. (دلاور، ۱۳۸۵: ۱۴۱)

به این صورت که به بررسی دیدگاه و نگرش دانشجویان کارشناسی ارشد با برخی مولفه‌های فردی و نگرشی آنان مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

### جامعه آماری

جامعه آماری عبارت است از: گروهی از افراد، اشیا یا حوادث حقیقی یا فرضی که حداقل یک صفت یا ویژگی مشترک دارند. (دلاور، ۱۳۸۷: ۹۱)

در این پژوهش، جامعه عبارت است از: کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد رشته‌های ارتباطات و جامعه‌شناسی ورودی سال‌های ۸۹-۹۰ که در سه دانشگاه آزاد واحدهای (علوم و تحقیقات، تهران مرکزی و تهران شرق (قیامدشت)) مشغول به تحصیل هستند، انجام شده است.

### روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

روش نمونه‌گیری عبارت است از: زیر جامعه‌ای که از کل جامعه انتخاب می‌شود و معرف آن است. مراد از معرف یا نماینده واقعی بودن این است که بین ویژگی‌های نمونه و جامعه‌ای که نمونه از آن انتخاب شده است، شباهت تقریباً کاملی وجود داشته باشد. (دلاور، ۱۳۸۷: ۹۱)

نمونه مورد نظر در این پژوهش عبارت است از: ۷۲ نفر از دانشجویان مقطع ارشد رشته ارتباطات و ۵۲ نفر از دانشجویان مقطع ارشد رشته جامعه‌شناسی که جمعاً ۱۲۴ نفر بوده و به‌طور تصادفی انتخاب شده‌اند و پرسشنامه در اختیار آنان قرار گرفته است.

### تحلیل فنی یا تحلیل کمی

طرح تحلیلی فنی، قالبی است که اطلاعات تحقیق با آن معیار باید تحلیل گردد. این طرح تحلیل، به اطلاعات کمی تحقیق مربوط می‌شود و در واقع به وسیله این غالب فنی تحلیل می‌گردد. (تنهایی، ۱۳۷۸: ۱۳۰)

در تحقیق حاضر برای تحلیل اطلاعات مستخرج از پرسشنامه از آزمون آماری  $X^2$  (کای اسکوئر) برای صحت کار استفاده شده است.

توصیف جمعیت آماری برحسب نگرش نسبت به آینده شغلی خود پاسخگویان

آزمون کای اسکوئر			
سطح معناداری	درجات آزادی	مقدار	
۶۹	۴	۸.۷۱۳ <sup>۱</sup>	مجذور کا
۳۹	۴	۱۰.۱۱۱	ضریب توافقی
۱۶۷	۱	۱.۹۰۸	نسبت بزرگنمایی
		۱۲۴	تعداد معتبر

فرضیه: همان‌طور که در جدول فوق دیده می‌شود، نتایج آزمون مجذور کا برای بررسی تفاوت نگرش و دیدگاه دو گروه رشته ارتباطات و جامعه‌شناسی حاکی از آن است که نگرش نسبت به آینده شغلی پاسخ‌گویان دو گروه با سطح معناداری ۰/۰۶ در سطحی بیشتر از ۰/۰۵ بوده و از لحاظ آماری معنادار نیست. بنابراین بین نگرش افراد نسبت به آینده شغلی و اتمام تحصیلات تفاوت معناداری وجود ندارد.

توصیف جمعیت آماری برحسب نگرش نسبت به آینده شغلی دیگر فارغ‌التحصیلان

آزمون کای اسکوئر			
سطح معناداری	درجات آزادی	مقدار	
.۳۵۹	۴	۴.۳۶۰ <sup>a</sup>	مجذور کا
.۲۱۴	۴	۵.۸۰۵	ضریب توافقی
.۲۶۱	۱	۱.۲۶۵	نسبت بزرگنمایی
		۱۲۴	تعداد معشیر

فرضیه: همان‌طور که در جدول فوق دیده می‌شود، نتایج آزمون مجذور کا برای بررسی تفاوت نگرش و دیدگاه دو گروه رشته ارتباطات و جامعه‌شناسی حاکی از آن است که نگرش نسبت به آینده شغلی فارغ‌التحصیلان با سطح معناداری ۰/۳۵ در سطحی بیشتر از ۰/۰۵ بوده و از لحاظ آماری معنادار نیست. بنابراین بین نگرش افراد نسبت به آینده شغلی و اتمام تحصیلات دیگر افراد تفاوت معناداری وجود ندارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

مبحث نگرش شغلی از کاربردی‌ترین و مهم‌ترین مقوله‌های نگرش می‌باشد که توجه علمای علوم اجتماعی و دانش مدیریت را به خود جلب کرده است. به اعتقاد دانشمندان، بیشترین پژوهش در حوزه نگرش در زمینه‌هایی صورت گرفته که با احساس شخص نسبت به شغل سر و کار دارند. هم‌چنین رضایت خاطر از شغل و علاقه‌مندی به کار فقط از طریق توجه مدیریت به عوامل انگیزشی امکان‌پذیر است. هنگامی که مدیر توانست نیازهای زیردستان را بشناسد، آن‌گاه می‌تواند در جهت ارضای نیازها گام بردارد. یکی از وظایف اولیه مدیران، ایجاد انگیزه کارکنان است، به‌گونه‌ای که عملکرد آن‌ها را به بالاترین سطح ممکن برساند؛ به‌طوری‌که کارمندان بتوانند خود مولد در سازمان باشند و به ابتکارات و خلاقیت‌های تازه‌ای دست یابند.

با توجه به مبانی نظری و عملی ذکر شده در صفحات گذشته، به‌نتایجی در این پژوهش دست یافتیم که مبین دیدگاه و نگرش دانشجویان دو گروه ارتباطات و جامعه‌شناسی مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه‌های آزاد در شهر تهران و حومه نسبت به آینده شغلی بود. در این پژوهش، پرسشنامه دو بخش عمده را شامل می‌شد که بخش اول: جنسیت، سن، رشته تحصیلی، وضعیت اشتغال، مبنای انتخاب رشته تحصیلی و در بخش دوم: سوالات مربوط به نگرش و دیدگاه دانشجویان نسبت به شغل و آینده شغلی را بیان می‌کرد. لازم به‌ذکر است که، آنچه در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است، درصد پاسخ‌گویی به سوالات در بین این دو گروه با اختلاف بسیار کم از یکدیگر به هم نزدیک بوده و در بسیاری از سوالات پاسخ‌ها مشابه هم‌دیگر بوده است.

نتایج حاصل از پردازش داده‌ها، در درجه اول نشان دهنده این است کسب منزلت اجتماعی، درآمد بالا و فرصت پیدا کردن برای خلاقیت و ابتکار در کار از اهمیت بالایی برخوردار بوده و از این طریق این نتایج با نظریه پنج‌گانه سلسله مراتب نیازهای مازلو مبنی بر نیازهای فیزیولوژیکی، ایمنی، اجتماعی، عزت نفس و خودشکوفایی هماهنگی داشته و صادق است.

هم‌چنین در درجه دوم، رضایتمندی از شغل در بین دانشجویان ارتباطات مبین این نکته است که زمانی حاصل می‌شود که فرصت ابتکار و خلاقیت را برای آن‌ها فراهم آورند، اما در میان پردازش داده‌ها به این نکته می‌توان اشاره کرد که دانشجویان دو گروه بدون در نظر گرفتن شاغل و یا غیرشاغل بودن در زمان حال، نسبت به آینده شغلی که در انتظار آن‌ها است با توجه به بیشترین پاسخ، به بهبود وضعیت اعتقاد داشته و نسبت به آینده شغلی خود با توجه به رکود شدید اشتغال در کشور و جمعیت بالای تحصیل‌کرده بیکار، امید دارند و جایگاه خود را در کار مرتبط با رشته تحصیلی‌شان قدرتمند می‌پندارند، اما در جای دیگر نگرش این دو گروه نسبت به شرایط اشتغال فارغ‌التحصیلان در سال‌های آینده مثبت نبوده، به‌طوری‌که بیشترین جواب را به کمبود شغل و بحران وضعیت اشتغال پاسخ داده‌اند و در این خصوص عملکرد دولت و دانشگاه آزاد را بسیار ضعیف می‌دانند؛ زیرا معتقدند که دولت بحران بیکاری را در کشور

با توجه به جمعیت بالای جوان و تحصیل کرده حل نکرده و از سوی دیگر دانشگاه آزاد با توجه به این بحران، ظرفیت دانشگاه‌ها را بدون در نظر گرفتن مشکل بیکاری، بالا برده است.

با توجه به توضیحات ارائه شده در بین تمامی سوالاتی که مربوط به نگرش و دیدگاه دانشجویان بوده و در صفحات گذشته سطح معناداری آن‌ها مشخص گردید، به این نتیجه می‌رسیم که در همه سوالات نگرشی و دیدگاهی در بین دو گروه از دانشجویان حوزه علوم اجتماعی (کارشناسی ارشد رشته ارتباطات و جامعه‌شناسی) تفاوت معناداری وجود ندارد و این نشان دهنده آن است که پاسخ‌های یکسان و مشابهی بین این دو گروه نسبت به آینده شغلی آن‌ها وجود دارد و از این رو فرضیات مذکور در صفحات پیشین رد می‌شود.

همچنین این پژوهش در مقایسه با پژوهشی که با عنوان (بررسی تطبیقی نگرش دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی نسبت به آینده شغلی خود) توسط فرید میرموسوی که در سال ۸۲-۸۳ در دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته جامعه‌شناسی انجام شده، نشان دهنده آن است که با رشد نیروی جوان تحصیل کرده در هر سال بین نظام آموزشی و بازار به لحاظ کمی و کیفی ارتباط منطقی وجود ندارد و بعد از گذشت ۸ سال از پژوهش قبلی تاکنون وضعیت اشتغال هنوز بهبود نیافته است. در بخشی از این پژوهش که در بین دانشجویان فنی-مهندسی، علوم اجتماعی و ادبیات صورت گرفته است، در هر کدام یک شاخص یعنی در بین دانشجویان فنی-مهندسی کسب منزلت اجتماعی، دانشجویان علوم اجتماعی درآمدزایی، در بین دانشجویان ادبیات فرصت خلاقیت، بیشترین شاخص مطرح شده بوده است، اما در بین دانشجویان رشته جامعه-شناسی و ارتباطات در این پژوهش هر سه مشخصه در کنار یکدیگر از اهمیت بالایی برخوردار بوده و هنوز نیز وجه درآمدزایی در بین این دو گروه در مقایسه با پژوهش سال ۸۲-۸۳ در اولویت است.

### پیشنهادهات

با توجه به آن که در سال‌های اخیر، دانشگاه‌های ایران با رشد بالای جمعیت دانشجو مواجه بوده و این نیروی جوان تحصیل کرده پس از فارغ‌التحصیل شدن باید به عرصه بازار کار وارد شود، با این وجود شاهد آن هستیم که وضعیت توزیع کار و جمعیت جوان فارغ‌التحصیل هیچ تطابقی با یکدیگر نداشته و نرخ بیکاری را در کشور با رشد فزاینده‌ای مواجه کرده است؛ لذا نتایجی که از این تحقیق در میان دانشجویان کارشناسی ارشد رشته ارتباطات و جامعه‌شناسی ورودی سال‌های ۸۹-۹۰ دانشگاه‌های آزاد تهران و حومه انجام شد، به نظر می‌رسد در اغلب موارد دیدگاه و نگرشی متفاوت و نسبتاً منفی نسبت به آینده شغلی خود و دیگر دانشجویان در سال‌های آتی دارند. بنابراین ارائه پیشنهادات و رهنمودهای لازم برای حل این معضل به افزایش نگرش مثبت و دیدگاه خوشبینانه‌تر آنان کمک خواهد کرد؛ لذا توجه به پیشنهادات زیر ضروری به نظر می‌رسد:

۱. با توجه به آن که اکثر دانشجویان هر دو گروه درخصوص یافتن شغل مناسب با رشته تحصیلی به‌عملی مانند (پارتنری) اشاره داشته‌اند، لذا پیشنهاد می‌شود که مسئولان نسبت به قوانین مربوط به استخدام افراد، رشته تحصیلی مرتبط، سطح تحصیلات و تخصص کافی توجه بیشتری نشان دهند و از استخدام افرادی که از طریق آشنا بودن، معرفی و زد و بندهای استخدامی که توسط افراد در سازمان‌ها و ادارات انجام می‌شود را به حداقل برسانند تا دیدگاه و نگرش دانشجویان نسبت به یافتن شغل مناسب با رشته تحصیلی مثبت‌تر شود و به یافتن شغل مناسب خود امید بیشتری داشته باشند، زیرا اکثر پاسخ‌گویان بر این باور بودند که سازمان‌ها در جذب دانشجویان با انصاف رفتار نمی‌کنند و دچار نوعی نابرابری هستند.

۲. با توجه به آن که اکثر پاسخ‌گویان به گذراندن دوره‌های کارآموزی و انجام پروژه‌های مقطعی برای کسب تخصص بیشتر تاکید داشتند، لذا پیشنهاد می‌شود که دانشگاه آزاد تدابیری بیاندیشد تا دانشجویان ارشد رشته ارتباطات و

جامعه‌شناسی بتوانند به راحتی از طریق دانشگاه‌ها وارد ادارات و سازمان‌های دولتی و خصوصی شوند تا تخصص بیشتر و در نهایت تجربه و سابقه کاری مناسبی را به دست آورند و به راحتی در سازمان‌های مربوطه استخدام شوند.

۳. پیشنهاد می‌شود تا دانشجویان در طول دوره تحصیل پروژه‌های مقطعی و تحقیقاتی را با رهبری استادان دروس تخصصی در قالب کار کلاسی انجام دهند که بر تجربه و تخصص دانشجویان بیافزاید.

۴. ابتکار و خلاقیت زمانی حاصل می‌شود که شرایط استرس‌زای شغلی از هر شخصی دور باشد؛ یکی از عوامل استرس شغلی افراد شاغل، وضعیت درآمد و برای افراد غیرشاغل، یافتن شغل با درآمد مناسب است. اگر شرایط مالی مساعدی برای افراد فراهم شود خلاقیت و ابداعات جدید در کار فراهم می‌آید و سازمان‌ها را به سمت پیشرفت سوق می‌دهد. لذا به مسئولان پیشنهاد می‌شود از طرفی وضعیت درآمدها و رفاه حال شاغلان را فراهم آورده و از طرفی دیگر شرایط استخدام را برای افراد فارغ‌التحصیل را سهولت بخشند تا از این طریق به پیشرفت سازمان‌ها و در نهایت پیشرفت جامعه کمک شود؛ زیرا که مساله درآمد مساله‌ای بود که به کرات مختلف در پاسخ دانشجویان هر دو گروه با آن رو به رو بودیم.

۵. از آنجایی که پایه و اساس بقای هر جامعه‌ای به شناخت آن جامعه و شناخت چالش‌های آن بستگی دارد و از طرفی عصر ارتباطات عصر انعکاس اخبار صحیح و اطلاع‌رسانی است، لذا پیشنهاد می‌شود که اساتید دانشگاه‌ها نسبت به شناساندن اهمیت و جایگاه این دو رشته به مردم و ادارات و سازمان‌های دولتی و خصوصی تلاش بیشتری داشته باشند، تا در استخدام فارغ‌التحصیلان این دو گروه بزرگ علوم اجتماعی توجه بیشتری شود.

Archive of SID

#### منابع:

- آقاخانی، ابراهیم، فارغ‌التحصیلی-بیکاری یا اشتغال، چاپ سوم، تهران: انتشارات نیکو روش، زمستان ۱۳۸۶
- بلارک، مهدی، بررسی نگرش و رضایت شغلی در تقویت ارتباطات میان فردی کارکنان اداره پست استان گیلان، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، پایان‌نامه کارشناس ارشد، تابستان ۱۳۸۸
- تنهایی، حسین ابوالحسن، شیوه تنظیم و نگارش پایان‌نامه، نشر همیار کرمان، چاپ اول، ۱۳۸۷
- دلاور، علی، عوامل موثر بر رضایت و استرس شغلی کارکنان شرکت پست جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۷، پژوهش، تابستان ۱۳۸۷
- دلاور، علی، مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و علوم اجتماعی، چاپ پنجم، تهران، انتشارات رشد، ۱۳۸۵
- دلاور، علی، احتمالات و آمار کاربردی در روانشناسی و علوم تربیتی، چاپ سیزدهم، تهران، انتشارات رشد، ۱۳۸۵
- شفیع آبادی، عبدالله، راهنمایی و مشاوره تحصیلی و شغلی (مفاهیم و کاربردها)، چاپ دهم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، پاییز ۱۳۸۹
- عفاقی، مهوش، اوضاع شغلی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاران ایران در ترازوی نقد، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، پایان‌نامه، ۱۳۷۹-۱۳۸۵
- لاتام، گری پی، انگیزش شغلی، مترجم نسرین ارشدی، چاپ اول، تهران: انتشارات جاودانه (جنگل)، ۱۳۸۹
- میرموسوی، فرید، بررسی تطبیقی نگرش‌های دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی نسبت به آینده شغلی خود، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، پایان‌نامه، ۱۳۸۲-۱۳۸۳
- Cooper CI, Cartwright's, an intervention Strategy for Work place stress, yPsychosom Res, 1997, Vp-16
- Communication logy, <http://fa.wikipedia.org/wiki/>
- Sociology, Encyclopedia Britannica, <http://fa.wikipedia.org/wiki/>
- Zelle, Marianne Dainton, Elaine D. (2005). Applying communication theory for professional life: a practical introduction. Thousand Oaks, California: SAGE. pp. 104. ISBN 978-0-7619-2914-7.