

دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية "كونا" في تحقيق الرضا الوظيفي

للعاملين فيها: دراسة تطبيقية

**The Role of Public Relations in Kuwaiti News Agency (KUNA)
in Investigation Job Satisfaction for the Employees
Applied Study**

إعداد الطالب

محمد وسمي الشمري

إشراف

الدكتور صباح ياسين

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2013/2012

التفويض

أنا الطالب محمد وسمي الشمري أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: محمد وسمي الشمري.

التوقيع: 

التاريخ: 2013/6/15

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها : دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية " كونا" في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها : دراسة تطبيقية " وأجيزت بتاريخ : 2013/6/15.

أعضاء لجنة المناقشة :

التوقيع

.....

مشرفاً ورئيساً

1 - الدكتور صباح ياسين المفرجي

.....

عضواً داخلياً

2 - الدكتور جهاد عمران

.....

عضواً خارجياً

3 - الدكتور عبد الكريم علي جبر

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بعث فينا محمداً صلى الله عليه وسلم -هادياً وبشيراً. الحمد لله على ما أسبغ علينا من نعم ظاهرة وباطنة، فلك الحمد يا رب كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك.

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لأستاذي القدير ومشرفي الفاضل الدكتور صباح ياسين لتفضله بالإشراف على هذه الرسالة، وما بذله معي من جهد وإرشاد، ولما منحني من علمه ووقته طوال إعداد هذه الرسالة حتى بدت كما هي عليه، فله مني كل الشكر والتقدير والاحترام.

كما أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان للسادة أعضاء لجنة المناقشة الموقرين لما سيبدونه من مقترحات قيمة على هذه الدراسة بغية تصويبها والارتقاء بها.

وكذلك لكل من سهّل لي مهمتي في إنجاز هذه الدراسة.

جزاكم الله عني كل خير وسدد على طريق الحق خطاكم

الباحث

الإهداء

إلى والدي الحبيب

وإلى والدتي الحبيبة التي أفهمتني بعفوية صادقة أن العلم هو الحياة، وأنارت أمام عيني شموع

الأمّل.

أهدي رسالتي هذه رمزاً للمحبة والوفاء واعترافاً منّي بفضلهما عليّ.

إلى الأحبة زوجتي وأبنائي وبناتي

إلى أخواتي وإخواني وزملائي وأصدقائي

وإلى جميع من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع

لهم جميعاً أهدي عملي

مع المحبة والاحترام والعرفان

الباحث

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ط	الملحقات
ي	ملخص الدراسة باللغة العربية
ك	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
	الفصل الأول مقدمة الدراسة
1	مقدمة
3	مشكلة الدراسة
4	أسئلة الدراسة
5	أهمية الدراسة
5	أهداف الدراسة
5	مصطلحات الدراسة
7	حدود الدراسة
7	محددات الدراسة
	الفصل الثاني الأدب النظري و الدراسات السابقة
8	الأدب النظري
49	الدراسات السابقة ذات الصلة
56	خلاصة الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها

	الفصل الثالث الطريقة والإجراءات
58	منهج الدراسة
58	مجتمع الدراسة
58	عينة الدراسة
58	أداة الدراسة
59	صدق الأداة
59	ثبات الأداة
59	المعالجة الإحصائية
60	الفصل الرابع نتائج الدراسة
	الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات
75	مناقشة النتائج
78	التوصيات
80	المصادر
88	الملحقات

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة حسب العوامل الديموغرافية	60
2	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الأهداف	61
3	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير ممارسة نشاط العلاقات العامة	62
4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير وظائف العلاقات العامة	63
5	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير وظيفة الاتصال	64
6	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير وظيفة التنسيق	65
7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المشاكل والمعوقات	66
8	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الأهداف	67
9	نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها	69
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعا لمتغير الجنس	70
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t-test)، تبعا لمتغير العمر	71
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t-test)، تبعا لمتغير المؤهل العلمي	72
13	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t-test)، تبعا لمتغير الخبرة	73
14	نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) للمعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها	74

الملحقات

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
88	استبانة الدراسة بصورتها النهائية	1
96	محكمي الاستبانة	2
97	كتاب تسهيل المهمة	3

دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية "كونا" في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها: دراسة تطبيقية

إعداد الطالب

محمد وسمي الشمري

إشراف

الدكتور صباح ياسين

الملخص

هدفت الدراسة التعرف على أنشطة العلاقات العامة المختلفة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا). والتعرف على أساليب عمل العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا). ومعرفة مدى تحقق الرضا الوظيفي من جراء استخدام العلاقات العامة وأساليبها .

قام الباحث باختيار عينة عشوائية بسيطة من العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بنسبة (50%) ليلبغ عدد أفراد عينة الدراسة (140) عاملاً في مجال وسائل العلاقات العامة، ولغايات تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث ببناء استبانته مكونة من قسمين، قسم يتناول العلاقات العامة وقسم يتناول الرضا الوظيفي. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- يوجد دور للعلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها.
- 2- توجد علاقة بين دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية وتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها تعزى للمتغيرات الديموغرافية.
- 3- توجد المعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها.

وقد أوصت الدراسة بضرورة إعداد لائحة لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات وذلك تلافياً للإشكالات التي ربما تحدث نتيجة لجهل العاملين بأهداف وسياسة المؤسسة ككل.

The Role of Public Relations in Kuwaiti News Agency (KUNA) in Investigation Job Satisfaction for the Employees

Applied Study

Mohammad W. Al- Shammari

**Supervised by
Dr. Sabah Yassin**

Abstract

The study aimed to identify activities in the Kuwait News Agency (KUNA). And to identify methods of public relations in the Kuwait News Agency (KUNA). And find out the extent to which job satisfaction as a result of the use of public relations and methods.

The researcher has to choose a simple random sample of workers in the Kuwait News Agency (KUNA) (50%) of the number of members of the study sample (140) factor in the means of public relations, and for the purposes achieve the objectives of the study, the researcher building a questionnaire composed of two parts, the department deals with relations General section deals with job satisfaction. The study found the following results:

1. There is a role for public relations in the Kuwaiti news agency in achieving job satisfaction of their employees.
2. There is a relationship between the role of public relations in the Kuwaiti News Agency and achieve job satisfaction for their employees due to demographic variables.
3. There are obstacles that prevent the public relations in the Kuwait News Agency (KUNA) to achieve job satisfaction of their employees.

The study recommended the need to prepare a list of the public relations activities in the institutions and the organizations in order to avoid the problems that might occur as a result of the workers unawareness about the institutions goals and policy as a whole.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة:

تشكل العلاقات العامة مدخلاً أساسياً لتنظيم وإدارة المنظمات الحديثة بشقيها الحكومي والخاص وبمجالات تخصصاته المتنوعة، وقد شهد هذا الموضوع تطورات بالغة الأهمية خلال القرن العشرين إستناداً الى العديد من النظريات والممارسات المهنية والأخلاقية، وتعد العلاقات العامة أحد مجالات الإدارة التي ظهرت وحقت قبولاً متزايداً خلال العقود الأخيرة وما يزال الاهتمام بها متزايداً بمرور الأيام ويرجع ذلك الى تعاظم أهمية الرأي العام وكسب ثقة الجمهور وتأييده لنجاح المشروعات.

وقد ارتبط تقدم هذا الموضوع ارتباطاً وثيقاً بتقدم فنون الإعلام وأساليب الاتصال بال جماهير، إذ عمل على الاستفادة من طاقات وقدرات الاتصال لإنجاح أهدافها وبرامجها بطريقة علمية مدروسة لخلق وإنضاج المشاركة الجماهيرية في أعمال المنظمات كأساس تستند إليه في نجاحها وديمومتها. ويرى (شاويش، 1996) أن العلاقات العامة ما هي إلا عملية اتصال تهدف الى التأثير في الجماهير ، وأنها عملية مقصودة تقوم على نقل الأفكار والمعارف والمعلومات والحقائق التي يقوم بها الفرد أو الجماعة أو المؤسسة أو الدولة من خلال وسائل الاتصال المختلفة الى الجماهير لغرض كسبها ورسم صورة طيبة في أذهانها وإقامة علاقات مختلفة معها وإدامتها.

وتوجد عدد من وسائل الاتصال في العلاقات العامة منها الاجتماعات والندوات والمؤتمرات، إضافة إلى وسائل الاتصال الرقمي الجديدة كالانترنت والبريد الإلكتروني ووسائل الهاتف النقال وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تقوم إدارة العلاقات العامة في المؤسسة

بتنظيمها، وتبادل وجهات النظر فيها، وتدعيم العلاقات بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية. المقابلات الشخصية: وفيها يتم طرح المشكلة مباشرة الى الشخص القائم بالاتصال ويتوقف نجاح هذه المقابلات على شخصية القائم بها وتؤدي دوراً كبيراً في إزالة سوء الفهم وتوطيد الصلات مع الشخص المعني بها سواء أكان جماهير المؤسسة الداخلية أم الخارجية وتتضمن المقابلات الشخصية أسلوب التكريم أو المساعدة المادية. ومخاطبة الجماهير: وهي وسيلة تسمح بإجراء حوار مفتوح مع فئات من جماهير المؤسسة بإقامتها ندوات للحوار المفتوح مع الجمهور وهذا يسمح للجمهور على طرح مشاكلهم وهمومهم وطروحاتهم التي تساهم في معالجة أي خلل. ورعاية العاملين بالمؤسسة : إذ تقوم المؤسسة بتقديم المساعدة الى العاملين فيها في حالة مرضهم أو عجزهم وكذلك تقديم المساعدة الى عوائلهم عند غيابهم ويدخل ضمن هذا النوع من الاتصال ايضاً الزيارات التي تقوم بها إدارة المؤسسة الى الموظفين والعاملين فيها سواء الى منازلهم أم في المستشفيات عند مرضهم (الحلواني، 2002) .

ويمثل العنصر البشري موردا اساسيا في اطار العلاقات التنظيمية، اذ يشكل الثروة الحقيقية والمحور الاساسي لتقديم الخدمات والانتاج في المنظمات. فالمعدات والاجهزة الحديثة مهما بلغت درجة تطورها وتعقيدها تبقى بحاجة الى العنصر البشري في إدارتها وتحريكها، والعنصر البشري لا يمكن له ان يعمل بكفاءة عالية اذا لم يكن هناك دوافع معنوية، لتأدية العمل ومن بينها الرضا الوظيفي، وان ازدياد الاهتمام بالجانب الانساني وبالآثار التي يتركها العمل على العاملين قد اسهمت في اعطاء موضوع الرضا الوظيفي قدرا كبيرا من الاهمية والعناية في المؤسسات الخدمية والانتاجية معا، ويرى شاويش ان الرضا الوظيفي هو (مشاعر العاملين تجاه اعمالهم، وانه ينبع عن ادراكهم لما تقدمه الوظيفة لهم، ولما ينبغي ان يحصلوا عليه من وظائفهم) (شاويش، 1996، ص110).

وتعد وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، إحدى الوكالات التي تقوم بتجميع الأخبار وتوزيعها على المؤسسات الإعلامية، وتقوم الوكالة بإبراز قضايا الكويت إقليمياً ودولياً من خلال كادر إعلامي متميز يقوم بهذه المهمة (وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، 2012).

إن قسم العلاقات العامة في وسائل الإعلام دور في التأثير على المتلقين والتي كانت محور اهتمام عدد من النظريات كنظرية الاستخدامات والإشباع، وهي النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة (إلى جانب نظرية الغرس الثقافي) في تفسير العلاقة بين الحاجات الأساسية للمتلقين وبين الإشباع التي تحققها فعليا برامج وسائل الإعلام، ووسائل الإعلام تتطور مع تطور المجتمعات وأنشطتها المختلفة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والتعليمية، وهذا ما يجعلنا نعي وندرك أن لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في التأثير على الجمهور بكافة قطاعاته فوي تحقيق التنمية الشاملة، أما نظرية الاستخدامات والإشباع، فهي أيضاً تقدم تفسيرات منطقية فيما يتعلق بأسئلة هذه الدراسة وأهدافها، خصوصاً فيما يتعلق بالتعرض اليومي أو التعامل في المدى القصير والمتوسط مع وسائل الإعلام، وجوهر النظرية يقوم على مبدأ أن الإنسان ليس متلقياً سلبياً لوسائل الإعلام لكنه يبحث عن احتياجاته المتنوعة التي تساعد على تنمية قدراته وتلبية إشباعاته المعرفية والوجدانية والفكرية، ونظراً لأن هذه الدراسة أجريت في مدة محدودة لا تزيد على بضعة شهور، فإن نظرية الاستخدامات والإشباع ستوفر بعض التفسيرات والإضاءات المفيدة التي لا تقدمها نظرية الغرس الثقافي كونها تهتم بالأثر على المدى الطويل لوسائل الإعلام (الحواني، 2002).

مشكلة الدراسة:

يقوم قسم العلاقات العامة في أي منظمة بدور كبير في تنظيم علاقة المنظمة مع غيرها من المنظمات، وتنظيم العلاقة ما بين العاملين وبالنسبة لوكالة الأنباء الكويتية (كونا) فإنها

تحتوي على قسم العلاقات العامة ولكن لم يعرف من قبل مدى نجاح هذا القسم في تحقيق رضا العاملين لذلك تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها.

وفي هذا البحث تصاغ المشكلة على الشكل الآتي :-

- هل توجد إمكانية للتعرف على حدود استخدام العلاقات العامة وأساليبها في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقيق رضا العاملين؟

- هل يمكن معرفة تحقق الرضا الوظيفي من جراء استخدام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) من خلال أنشطتها المختلفة بين العاملين؟

وهذا البحث هو محاولة لدراسة واقع العلاقات العامة في الدوائر والمؤسسات الخدمية ومن خلال إحدى الجهات المسؤولة الرئيسية والمتمثلة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) وأنشطة هذا المكتب وفعالياته .

أسئلة الدراسة:

تأتي هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين

فيها؟

2. هل توجد علاقة بين دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) وتحقيق الرضا

الوظيفي للعاملين فيها تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

3. ما المعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بتحقيق

الرضا الوظيفي للعاملين فيها؟.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من أهمية الموضوع وهو دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) وعلاقتها بالرضا الوظيفي والذي سيتم الحصول عليها من مصادرها الرئيسية والثانوية.

ويؤمل أن تستفيد الفئات التالية من الدراسة:

- 1- المهتمون بمجال العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة للتعرف على دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين.
- 2- الباحثون من خلال جعل هذه الدراسة نواة لدراسات أخرى مشابهة لسد النقص في الدراسات النادرة التي تناولت موضوع العلاقات العامة والرضا الوظيفي.

أهداف الدراسة:

تأتي هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على استخدام المكتب الإعلامي لانشطة العلاقات العامة المختلفة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا).
- التعرف على أساليب عمل العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا).
- معرفة مدى فاعلية أساليب العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي.

مصطلحات الدراسة:

- الدور: هو مجموعة من أنماط السلوك المتوقع من الفرد أو المؤسسة (صالح، 2008، ص20). ويعرف إجرائياً على أنه الجهود المخططة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية لتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها.

- **الأنباء:** هي الأخبار التي يتم جمعها من مصادر مختلفة وإذاعتها للمستمعين لإحاطتهم بما يحصل في هذا العالم من أحداث (الطواني، 2002).
- **الإعلام:** هو كافة أوجه الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية، وبدون تحريف مما يؤدي إلى خلق درجة ممكنة من المعرفة والإدراك والوعي (عويس وعبد الرحيم، 1998، ص43).
- **وكالة الأنباء الكويتية (كونا):** وهي الوكالة التي تأسست بمرسوم أميري بتاريخ 6 تشرين أول/ أكتوبر، من العام 1976 وذلك بهدف تجميع الأخبار وتوزيعها على المؤسسات الإعلامية، وتوفير الخدمة الإخبارية كأى وكالة أنباء عربية، ولتقوم بدور رئيسي هو إبراز قضايا الكويت إقليمياً ودولياً. وأسست (كونا) عام 1995 مركزاً لتدريب وتطوير القدرات الإعلامية للمساهمة في بناء كادر إعلامي متميز، وتطوير وتدعيم قطاع الإعلام الوطني، عن طريق تنمية المهارات الشخصية للعاملين في الوكالة والكويت ودول الخليج العربية من خلال تنظيم الدورات التدريبية والندوات والمحاضرات للإعلاميين والخليجيين (م وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، 2012).
- **الرضا الوظيفي:** هو الشعور النفسي بالقناعة والارتياح، او السعادة لاشباع الحاجات والرغبات والتوقعات من العمل نفسه (محتوى الوظيفة) وبيئة العمل، مع الثقة والولاء والانتماء للعمل، ومع العوامل والمؤثرات البيئية الداخلية والخارجية ذات العلاقة (العديلي، 1996، ص19). ويعرف إجرائياً بأنه الدرجة التي يحصل عليها المستجيبون على أداة الدراسة المعدة لهذا الغرض.

- **العلاقات العامة (Public Relations):** ويعرفها الاتحاد الدولي للعلاقات العامة "هي وظيفة إدارة مخططة ومستمرة من الوظائف الإدارية العليا، وهي وظيفة استشارية تنفيذية تقدم المشورة للإدارة العليا لأخذ مصلحة الجماهير ذات العلاقة بالمنظمة بالاعتبار وتكيف سلوك وسياسة المنظمة وتعديله بحيث ينسجم مع مصالح الجماهير ورغباتها وتحقق الفائدة للطرفين بالتساوي ولأجل ذلك تستخدم هذه الوظيفة البحث العلمي والتخطيط وتستطلع الرأي العام وتتنبأ بسلوكه تجاه المنظمة وتقييم مايقوم به من أعمال، والعلاقات العامة في هذا تستخدم كافة وسائل الاتصال وأدواته وأساليبه كافة بشكل علمي مدروس" (الجوهرى، 2006، ص31).

حدود الدراسة:

- **الحدود البشرية:** وتمثل بالعاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) والبالغ عددهم 280 فرداً من العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في دولة الكويت.
- **الحدود المكانية:** وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في دولة الكويت.
- **الحدود الزمانية:** 2013/2012.

محددات الدراسة:

- تتحدد نتائج هذه الدراسة بدرجة صدق أدوات الدراسة وثباتها وموضوعية استجابة أفراد العينة على أداة الدراسة.
- يقتصر تعميم نتائج هذه الدراسة على المجتمع الذي سحبت منه العينة والمجتمعات المماثلة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

سيتعرض الباحث في هذا الفصل إلى الخلفية النظرية والدراسات السابقة بحيث تجتمع تحت الإطار النظري: جملة من النظريات، وفي ظل مدارس واتجاهات تفكير مختلفة. ويتطلب ذلك من الباحث إطاراً نظرياً Theoretical Framework، ويشكل الإطار النظري خارطة البحث التي تقود الباحث في دراسة وفهم الموضوع أو الظاهرة. وقد يطلق عليها البعض الأطر التحليلية وأحياناً الأطر المرجعية، قد تؤخذ كأساس في الدراسة، وفي تحديد الموضوعات، ووحدات الدراسة، ومحاور أو نقاط التركيز، وكيفية معالجة الموضوع، وفي تحديد المفاهيم والمتغيرات الرئيسية. وتتكون مثل هذه الأطر من بناء نظري يقوم على مسلمات معينة، أو عدد من المفاهيم الأساسية.

أولاً: مفهوم العلاقات العامة:

تناول موضوع العلاقات العامة عدد من المتخصصين في مجال الاتصال في العديد من مؤلفاتهم وكتبهم والتي تدل على أهمية هذه الوظيفة وعمق تأثيرها على أداء المؤسسات والهيئات والمنظمات وتعميق العلاقات بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، ونجد المؤلفين العرب قد تناولوا هذا المفهوم من ناحية التعريف والتوضيح والتفسير إذ نجد تعريف العلاقات العامة بأنها "مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة سياسية واقتصادية واجتماعية وعسكرية للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي والخارجي، وذلك بالأخبار الصادق والأداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل ووفقاً للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشداً وهداياً ومميزاً في بناء الوطن ورسم سياسته في إطار ميثاقها الوطني" (الجوهري، 2006، ص58).

كما عرّفت بأنها "عمليات إعلام تهدف إلى شرح تفاصيل وأهداف نشاط الإدارة الحكومية وقيامها بتحمل أعبائها ومسؤولياتها ونجاحها في تحقيق هذه الأعباء والمسؤوليات وبيان الأسباب التي أدت في بعض الأحيان إلى عدم تحقيق تلك النتائج، وهذا يعتمد إثارة الاهتمام الدائم لدى المواطنين عامة وطالبي الخدمة الحكومية خاصة وتهدف أيضا إلى تعريف المواطنين بأسهل الطرق واقصرها لانجاز أعمالهم في ميدان الإدارة الحكومية (السلمي، 1996، ص243).

والعلاقات العامة ظاهرة اجتماعية توجد بوجود المجتمع الإنساني فلا بد من وجود علاقات وصلات وروابط بين أفراد هذا المجتمع، وهي علم حديث نسبيا من حيث ارتكازها على البحث والأسس العلمية المدروسة المبنية على التخطيط والتحليل والتأثير المؤسس على الدراسات السيكولوجية المرتبطة بالحاجات البشرية والدوافع الشخصية للإنسان، ولإشباع هذه الحاجات وكذلك التأثير المستمر عليه بسبب التطور التكنولوجي الدائم ولاسيما في وسائل الاتصال (الجبوري، 2001، ص9).

ومع التقدم الكبير والمضطرد في الحياة الاقتصادية والاجتماعية وما صاحبها من تطورات تقنية في عالم الاتصالات بفعل انتشار الوسائل الاتصالية الحديثة، ونمو المؤسسات وتنوع اختصاصاتها وزيادة قوة الفرد وأهميته في المجتمع، ذلك كله انعكس على صعوبة إيجاد تعريف جامع لمفهوم العلاقات العامة، وبسبب طبيعة العلاقات العامة كعلم وفن متعدد الجذور فإن إمكانية صياغة تعريف موحد يعد من الأمور الصعبة، فضلا عن تنوع الخلفيات المعرفية للباحثين في مجال العلاقات العامة، فالباحث المتخصص في مجال الاتصالات يتناول مفهوم العلاقات العامة بعدّها نشاطا اتصاليا، في حين نجد إن المتخصص في مجال الإدارة ينظر إليها

كعملية أو نشاط إداري وهكذا الحال فيما يخص التخصصات الأخرى (الصريرة، 2001، ص8-9).

تناول بعض الباحثين والكتاب في مجال العلاقات العامة، البناء اللفظي لمفهوم العلاقات العامة إذ يضم جانبيين هما العلاقات (Relations) وتعني أشكال الاتصالات الناجمة عن تفاعل طرفين أو أكثر أو بين مؤسسة وجمهورها، أما كلمة العامة (Public) فتعني الجمهور الواسع و المتباين، بمعنى أن العلاقات العامة (Public Relations) تشمل كل عمليات التفاعل مع الجمهور والمجتمع وهذا التفاعل واسع النطاق ومتنوع الأهداف بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحها وأهدافها (شوميلي وحبسمان، 1970، ص6).

إن المفهوم اللغوي للعلاقات العامة بوصفه ((الصلات والروابط، نقول قطع العلاقات وتوتر العلاقات والعلاقة مفرد وجمعها علائق وهي ما تعلق بالإنسان وعلاقات هي الارتباط والصلة. ويقال ما بينهما علاقة أي شيء يتعلق به احدهما على الآخر، ويقال لي في هذا علاقة أي تعلق)) (معلوف، 1981، ص711)، وعرفها ادوارد بيرنيز إنها ((التواصل بالمعلومات عن طريق الإقناع و الملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها)) (ادوارد، 1959، ص11).

عرفها الجوهري رئيس جمعية العلاقات العامة العربية إنها ((مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في كافة المجالات في الدولة كأن تكون سياسة أو اجتماعية أو عسكرية، وذلك للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي أو الخارجي وذلك بالأخبار الصادقة والأداء النافع الناجح في مجالات العمل المختلفة وفقا للتخطيط العلمي السليم)) (الجوهري، 1997، ص45).

ويعرف إمام العلاقات العامة ((برنامج فن معاملة الناس والفوز بتقتهم ومحبتهم وتأبيدهم، ومعنى العلاقات العامة ببساطة هو كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع)) (إمام، 1968، ص6).

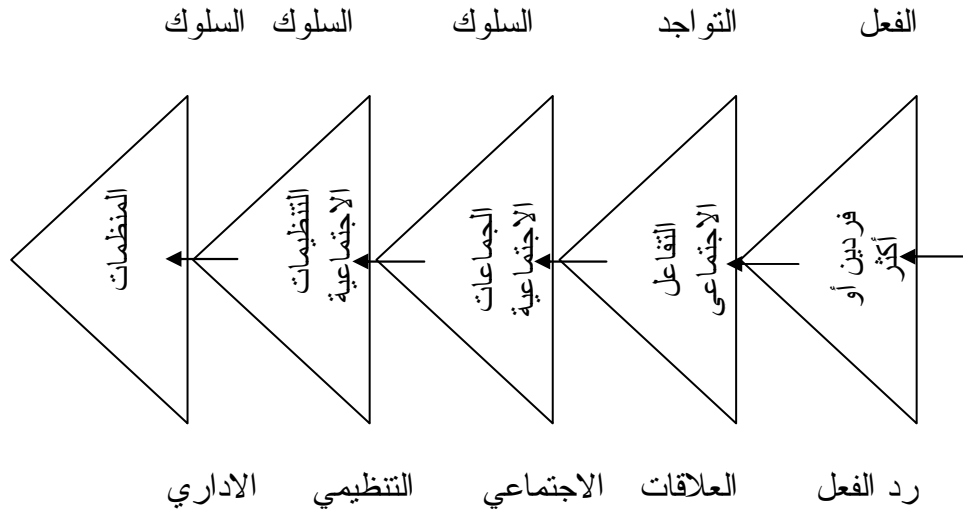
ويرى الباحث أنه مهما اختلفت تعريفات العلاقات العامة وتعددت فأنها تلتقي جميعا في وضوح أهداف وظيفة العلاقات العامة فالهدف الأساس من وظيفة العلاقات العامة هو كسب جمهور المؤسسة وتواصلها معها في إطار الثقة والتفاهم المتبادل والذي يتحقق باستخدام الأساليب التي تكفل بنجاح هذا النشاط وغايته في إطار ما يمكن تسميته تقنيات العلاقات العامة وتعد العلاقات العامة بمثابة القناة التي تمر عبرها آراء الجماهير لكي تساعد في ترشيد القرار الإداري للمؤسسات.

ثانياً: المفاهيم المرادفة للعلاقات العامة

أ- المفاهيم المتصلة بالتفاعل الاجتماعي

يمثل التفاعل الاجتماعي القاعدة الأساسية لبناء العلاقات الاجتماعية وظهور الجماعات الاجتماعية واستمرارها ونمو المجتمع البشري، لذلك يعد مفهوم التفاعل الاجتماعي في مقدمة المفاهيم ذات الصلة بمفهوم العلاقات العامة لأنها هي الإطار العلمي لتحقيق التفاعل الايجابي بين الجمهور والمؤسسة، ويوضح الشكل (1) كيف يحقق التفاعل الاجتماعي تواملاً اجتماعياً في صيغة علاقات اجتماعية تؤدي إلى ترسيخ القيم الإنسانية بصيغة علاقات إنسانية ثم تظهر التنظيمات الاجتماعية وما يعنيه من تبلور قيم العلم بصيغة علاقات صناعية (الصحن، 2000، ص 12).

فالتفاعل الاجتماعي يتطور إلى علاقات اجتماعية ثم إلى علاقات إنسانية فعلاقات عمل وعلاقات صناعية وأخيرا علاقات عامة وهذا ما سنهتم به في التمييز بين مفهوم العلاقات العامة وهذه المفاهيم.



الشكل (1) تطور مستويات التفاعل الاجتماعي

1- العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية:

العلاقات الإنسانية بمفهومها الواسع تشمل العلاقات جميعها بين البشر والتي تنشأ بين الجماعات بسبب تعايشها لتقوية الروابط بينها وتسهيل معاملاتها، غير ان اصطلاح العلاقات الإنسانية (human relations) يهدف إلى تحقيق حاجات الأفراد العاملين الاقتصادية والنفسية والاجتماعية في إطار وبيئة عملهم فالاتجاه إلى معاملة الفرد العامل على أساس أنساني كإنسان له نوازه و رغباته وطموحه كان البداية في تطور ما يعرف اليوم بالعلاقات الإنسانية والذي أصبح فيما بعد فرعا من فروع الدراسات الإدارية (خضر، 1998، ص71).

والعلاقات الإنسانية تعبر عن المحور الجوهري للعلاقات الاجتماعية، فتخلق التكامل يفرض وجود قيم وعادات سلوكية تؤكد مصالح الإنسان ورغباته وتعطيه الأهمية والمكانة المناسبة وتفرض له تعاملا يضمن له الإحساس بالأهمية والمكانة.. وتأسيسا على ذلك يكون

مفهوم العلاقات الإنسانية محورا للعلاقات العامة، إذ يعتمد التواصل بين المؤسسة وجمهورها على مدى توفير المؤسسة فرض الإحساس بالأهمية والمكانة لأفرادها وجمهورها المتعامل معها (حربي وآخرون، 1991، ص31).

2- العلاقات العامة والعلاقات الصناعية:

يندرج تحتها القيام بالأنشطة اللازمة للمساعدة في جذب العاملين ذوي الكفاءة العالية للعمل داخل المنشأة والمحافظة على العلاقات الطيبة بين العاملين بعضهم مع البعض وهو ما يستدعي تطوير نظام للاتصالات بين العاملين و المدراء والمساعدة في تطور نظام العلاقات العالمية عن طريق إتاحة الفرصة لمشاركة العاملين من خلال ممثلين عنهم في الاجتماعات والمؤتمرات والمناقشات التي تعقدها إدارة المؤسسة (حربي وآخرون، 1991، ص32).

وتنشأ العلاقات الصناعية بسبب الاستخدام وتشمل العلاقات بين العمال والمستخدمين وبين رؤسائهم وإدارة المؤسسة التي تستخدم وكذلك بين الإدارة ونقابات العمال والحكومة، ونمت العلاقات الصناعية كجزء مهم من واجبات الإدارة نتيجة الثورة الصناعية وتعقد العلاقة بين العامل ورب العمل و نتيجة الاهتمام المتزايد بالفرد العامل كإنسان ونمو علم النفس الصناعي الذي يبحث عن دوافع السلوك لديه، وفي الوقت الذي يمتد فيه نشاط العلاقات الإنسانية ليشمل أنواع المؤسسات جميعها دون إن يقتصر على إدارة معينة يقتصر نشاط العلاقات الصناعية على المؤسسات الصناعية وحدها (عيسى، 1970).

ويمكن التمييز بين العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والصناعية كما يلي (خضر، 1998، ص72):

1. هدف العلاقات الإنسانية والصناعية هو رفع إنتاجية العامل وهدف العلاقات العامة هو تعزيز سمعة المؤسسة وربطها بالمجتمع لتمكينها من خدمة ذلك المجتمع على أحسن وجه.

2. ينحصر مجال عمل العلاقات الإنسانية والصناعية في داخل المؤسسة لأنها تتناول الفرد العامل في بيئة عمله بينما مجال عمل العلاقات العامة يتعدى حدود المؤسسة نفسها، فضلا عن الاهتمام بالأفراد العاملين في المؤسسة كجزء من جمهورها فإن جمهور العلاقات العامة يشمل الأفراد جميعهم المتعاملين مع المؤسسة.

3. العلاقات الإنسانية جاءت نتيجة إدراك الإدارة أنّ الفرد العامل إنسان يختلف عن الآلة وله نوازه ورغباته وطموحاته وشخصيته، كما ان العلاقات الصناعية نشأت بسبب تعقد العلاقات الناتجة عن العلم وإدراك الإدارة الحاجة إلى تنظيمها ورعاية العامل لضمان الاستقرار للمؤسسة في الوقت الذي نشأت فيه العلاقات العامة نتيجة إدراك الإدارة أنّ الفرد العامل ليس وحده الذي يستحق الاهتمام والرعاية وإنما أفراد الجمهور خارج المؤسسة الذي يتأثرون بعملها أيضا.

4. في الوقت الذي تتجه فيه العلاقات الإنسانية والصناعية إلى الفرد العامل بصفته منتجا فتعالج مشاكله المتعلقة بعمله نتيجة نظرة العلاقات العامة إلى الفرد كعضو في مجتمع معقد متطور فتعالج مشاكله الناتجة من علاقته بهيئات ومؤسسات ذلك المجتمع بغية تحقيق التكامل والانسجام الاجتماعي.

وتلنقى العلاقات العامة مع العلاقات الإنسانية والصناعية في تركيزها على الفرد و دراسة كل ما يؤثر على سلوكه وتصرفاته، فكل منها يستعين بعلم النفس والاجتماع لمعرفة دوافع السلوك لدى الأفراد، كما إن العلاقات العامة تحترم أغراض العلاقات الإنسانية والصناعية

وتتعاون معهما وذلك بتوفير وسائل الاتصال ونقل ردود فعل الأفراد العاملين وآرائهم ورغباتهم إلى إدارة الأمر الذي يحقق رضاهم واستقرارهم.

ب- العلاقات العامة والعلاقات الدولية:

يمثل مفهوم العلاقات الدولية المستوى الخاص للتفاعل بين المجتمعات (الدول)، ولذا فهي تقع في إطارها الوظيفي ضمن وظيفتي الإعلام والدبلوماسية على مستوى الدولة وفي مضمونها تبقى العلاقات الدولية هدفاً ونشاطاً وتقنيات صورة من صور العلاقات العامة يمكن وصفها بأنها الأكثر تقدماً وتطوراً (نعمة، 1987، ص14).

فالعلاقات العامة والعلاقات الدولية تقوم على مبدأ الاستمرارية في تعاملها مع جمهورها كمعادلة لكسب ثقة الجمهور والدول على الرغم من أن العلاقات الدولية قد تستخدم في مساعيها الوسائل العسكرية بعكس العلاقات العامة مع محاولة لاستخدام العمل الدبلوماسي لفض النزاعات الدولية، حيث أن العلاقات العامة تهتم بالأوضاع الداخلية والخارجية للمؤسسة لتحقيق مصالحها والعلاقات الدولية لا تضع في اهتمامها السياسة الداخلية للدولة بل تعتمد على السياسة الخارجية وتحليلاتها لتحقيق المصالح على المستوى الدولي (العويني، 1990، ص9)، وتحتاج المؤسسات والشركات المتعددة الجنسية إلى أنشطة العلاقات العامة الدولية لأنها تحتاج إلى دراسة المجتمعات الخارجية وجماهيرها نظر لاختلاف اللغات والخبرات والاتجاهات والاحتياجات والقوانين السائدة وهو ما يتطلب اتساع أنشطة وخدمات العلاقات العامة ليوكب اتساع نطاق الأنشطة والخدمات التي تقدمها المؤسسة إلى تلك الجماهير (نعمة، 1987، ص29).

ج- المفاهيم المتصلة بتقنيات العلاقات العامة

كثيراً ما يحدث خلطاً بين مفهوم العلاقات العامة ومفهوم فنون الاتصال المختلفة كالإعلام والإعلان والدعاية فقد تستخدم عبارة (العلاقات العامة) خطأ ويكون المقصود هو

الدعاية أو الإعلان أو الإعلام غير أن هناك صلة بين العلاقات العامة وفنون الاتصال إذ تستخدمها مع جماهير المؤسسة المعينة بدرجات متفاوتة وفي ظروف مختلفة كأسلوب من أساليب الاتصال وليس كافية في حد ذاتها.

1- العلاقات العامة والإعلام:

يعد الإعلام من التقنيات الرئيسية لوظيفة العلاقات العامة فالإعلام يضع تحت تعرف العلاقات العامة وسائل الاتصال المناسبة لجذب انتباه الجمهور و التأثير على سلوكه بشكل ايجابي نحو المؤسسة ومنتجاتها (العبدلي، 1996، ص239)، وهنا توجد الصلة القوية والدائمة بين الإعلام والعلاقات العامة وهي الوصول بالرسالة الإعلامية إلى الجماهير، وتقبل رد الفعل من الجماهير، لذلك فمن الخطأ القول أن الإعلام هو العلاقات العامة لأنه لا يبدو أن يكون أداة من أدواتها والعلاقات العامة هي اكبر بكثير من الإعلام فهي تخطيط للبرامج عن طريق وسائل الاتصال الشخصي المختلفة ثم من خلال الإعلام ووسائله الجماهيرية (إمام، 1981، ص216).

ويرى الباحث إن الإعلام هو نشر للأخبار والمعلومات الصادقة والآراء للجماهير خدمة للصالح العام ولكن العلاقات العامة هي نشر الأخبار الصادقة والآراء وتلقي ردود الفعل من جانب الجماهير، فهي عملية ذات اتجاهين تستخدم في نشاطها الإعلام الصادق لتبني عليه تعبئة الرأي العام والتأثير فيه.

2- العلاقات العامة والإعلان

الإعلان (هو الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل اجر مدفوع) (الصحن، 2000، ص13).

وهناك تداخل وترادف بين مفهومي الإعلان والعلاقات العامة، فالأصل في وظيفة العلاقات العامة هو الإعلان عن المؤسسة لتعريف الجمهور بها والتأثير في موقفه واتجاهاته

نحوها وهذا يوضح أن الإعلان جزء من وظيفة العلاقات العامة وليس بديلا عنها، لأن تطور علاقات المؤسسة مع بيئتها اتساعا وتعقيدا فرض تطورا مماثلا في وظيفة العلاقات العامة ويتجاوز صبغة الإعلان إلى صبغة أوسع تحقق التأثير المتبادل مع الجمهور.

تختلف العلاقات العامة عن الإعلان من حيث الهدف لكلا النشاطين إذ الهدف من الإعلان هو زيادة المبيعات أما الهدف في العلاقات العامة فهو التعريف بالمؤسسة وتعزيز موقفها ومكانتها في المجتمع ويعد الإعلان واحداً من أدوات التعريف بالمؤسسة، كما ان طبيعة العلاقات العامة هي تقديم معلومات دقيقة ومتكاملة من غير إيهاام الجمهور، أما الإعلان يهتم بإثارة اهتمام الجمهور نحو جوانب تستهويه ويكتم الجوانب التي لا يرغبها الجمهور.

وبشكل عام فأن الإعلان لا يستجيب لحاجات الفرد بل يخلق له تلك الحاجات ويفرضها عليه ويدفعه لشرائها أما العلاقات العامة فهي على العكس من ذلك فهي تلتمس احتياجات الجمهور ورغباته وترشد المؤسسة للتعرف على ضوئها (خضر، 1998، ص67).

3- العلاقات العامة والدعاية

تختلف العلاقات العامة عن الدعاية اختلافات جوهرية إذ إن المقصود بالدعاية (فن يسعى إلى تكتيل القوى العاطفية والمصالح الفردية في اتجاه واحد وان يؤدي إلى الاقتناع بفكرة أو بمبدأ ما كان يصل إليه الفرد لو ترك لمنطقه الذاتي بتلقائية دون ضغط أو توجيه (سميسم، 2000، ص11)، فالدعاية تحاول السيطرة على عقول الجماهير ودفعها إلى سلوك معين يخدم أغراض الجهة التي تقوم بالدعاية دون إن تراعي مصلحة تلك الجماهير اما العلاقات العامة فهي تقوم أساسا على خدمة المصلحة العامة ووضع مصلحة جماهير المؤسسة في المقام الأول في سياساتها وأعمالها. والدعاية تهدف إلى تحقيق أهداف سريعة ودقيقة ولا تهتم بالنتائج البعيدة عن طريق تغيير الأفكار فهي ترتبط بالنظم الاستبدادية بينما العلاقات العامة هي فلسفة منبثقة عن

الديمقراطية وقائمة على مبادئ احترام رأي الفرد وحقه في الوصول إلى الحقيقة الكاملة (خضر، 1998، ص96).

والدعاية كانت أول أشكال العلاقات بين المؤسسة وجمهورها، وهي الصيغة الأولية للإعلان ومن ثم فهي من الفعاليات الإعلامية، إذ إن التداخل الكبير بين الدعاية والإعلان في الأنشطة الإعلامية انعكس في بناء تصدر الترادف بين الدعاية وبين العلاقات العامة، غير أن تطور وظيفة العلاقات العامة واتساع أنشطتها وتعقد تقنياتها سهل الوضوح في الفصل بين هذه الوظيفة وبين التقنيات التي يمكن أن تستخدمها من تقنيات الإعلام أي الدعاية والإعلان (حربي وآخرون، 1991، ص37).

ومما تقدم نجد أن العلاقات العامة علم وفن واسع متعدد الغايات والأهداف يستعين بالإعلام والإعلان والدعاية في تحقيق هذه الأهداف والغايات

ثالثاً: أهداف العلاقات العامة :

تمثل كتابة الأهداف الضرورية الأساسية من أجل التعامل معها على أنها برامج عمل ملزمة للإدارة ويمكن بموجبها تخطيط العمل وتنسيقه مع الأجهزة الأخرى وإعداد الكوادر اللازمة لتنفيذه ثم تقييمه، فالأهداف ((هي النتائج المراد تحقيقها بالجهد الجماعي خلال فترة زمنية معينة ويجب ان تكون واضحة وواقعية وقابلة للقياس)) (الجوهر، 1981، ص33-34).

تختلف أهداف العلاقات العامة من مؤسسة الى أخرى تبعا لطبيعة المؤسسة واتساعها ونوعية جمهورها والمجال الذي تعمل فيه فأهداف العلاقات العامة في مؤسسة تجارية تختلف عن أهدافها في مؤسسة خدمية او ثقافية إذ يمكن القول بشكل عام ان هدف العلاقات العامة يتحدد في تحقيق أهداف المؤسسة.

ويكمن الهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله بقية أهدافها الأخرى هو ((تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعترضه التغيرات السريعة في نظام الحكم والسياسة والمخترعات الحديثة)) (حجاب ووهبي، 1992، ص59).

وتكمن أهمية وضع الأهداف لما تحققه من وظائف مهمة للمؤسسة عن طريق ما يلي:

- 1- تساعد الإدارة العليا في وضع الاستراتيجيات على مستوى المؤسسة.
- 2- تساعد الأهداف في تعريف المؤسسة الى البيئة التي تعمل.
- 3- تساعد الأهداف في تحديد السلطات والمسؤوليات للأفراد والأقسام.
- 4- تعد الأهداف مرشدا لاتخاذ القرارات.
- 5- تساهم الأهداف في تحديد طبيعة العلاقات السائدة بين الأقسام والأفراد في المؤسسة.

ومن أهداف العلاقات العامة في المؤسسات :

- 1- العمل على كسب وتأييد وثقة الرأي العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق والنشاطات التي تؤيدها المؤسسة وتنمية أسباب التفاهم المتبادل مع جمهور المؤسسة (الشرمان وعبد السلام، 2001، ص29).
- 2- معرفة اتجاهات الرأي العام الحقيقية تجاه نشاط المؤسسة وعرضها على إدارة المؤسسة لكي تبحثها، وتبحث مدى أهميتها وفائدتها بالنسبة لأهداف المؤسسة وأسلوب تحقيق تلك الأهداف (الباز، 1985، ص77).
- 3- تنمية الاعتزاز بالمؤسسة إذ إن العامل الفخور بمؤسسته يمكن ان يسوقها للآخرين، فهو يُخبر أصدقائه ومعارفه عنها وعن خدماتها والاعتزاز بالمؤسسة يعطي العامل إحساسا قويا بالذات (يوسف، 1999، ص65).

4- زيادة عدد الأعضاء في المؤسسة وزيادة عدد المؤيدين والمناصرين لإغراض المؤسسة وأساليبها في الميدان الاجتماعي (عيسى، 1963، ص35).

5- الحصول على رضا المجتمع وموافقته على ما تقدمه المؤسسة وذلك لكي تعمل عن طريق هذه الموافقة على رفع الروح المعنوية لأعضائها، إذ إن من أهم جوانب الحوافز الحديثة يتسم في الموافقة السابقة لما تتسم به من مظاهر نفسية تؤثر في القائمين على إدارة المؤسسة والعاملين فيها (علي، 1969، ص149).

6- تصحيح سوء الفهم والرد على النقد الموجه للمؤسسة وسياساتها، إذ تحافظ على سمعتها وتعمل على توضيح ما ينتاب سياساتها وأساليبها من تغير تستلزمه طبيعة الظروف أو طبيعة نشاط المنظمة حتى لا يتحول إلى نوع من الاعتقاد بأن المنظمة قد انحرفت عن أهدافها الأساسية (عيسى، 1963، ص231).

7- توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات التي تقدمها المنظمة وحيوية ارتباطها بمصالح المجتمع.

8- تساعد العلاقات العامة المؤسسة على عرض الخدمات والبرامج التي تنفذها وتساعد على الوصول إلى الجهات التي من الممكن أن تتبنى مثل هذه البرامج والخدمات وتمويلها.

9- تعبئة الرأي العام في المجتمع لزيادة القوى التطوعية في أنشطة المؤسسة المختلفة وتهيئة الأعضاء لكي يندمجوا في مؤسساتهم ويدركوا تماما ما تقوم به المؤسسة من خدمات وما يطلب منهم من أعمال وخدمات لهم ولغيرهم ولمجتمعهم، وخالصة القول فإن العلاقات العامة في المؤسسات غير الحكومية تهدف إلى تكوين صورة مشرقة عنها، وتأكيد الثقة فيها، والحصول على دعم الجمهور وحث الناس على التطوع في أنشطتها.

رابعاً: وسائل الإعلام:

ويلاحظ المحلل لوسائل الإعلام أن الوسائل الإعلامية الجماهيرية التي استفادت من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد ازداد تأثيرها ولم يعد بمقدور الإنسان أن يتجاهل هذه الوسائل وهي تلاحقه في كل مكان بالكلمة والصورة والصوت لتنتقل له الخبر وتفسر له الحدث فتتبع عقله وتربي عواطفه وتزيد من خبراته من خلال ممارسة دورها كوسيط إعلامي تربوي (بدوي، 2001، ص 12).

وتعد الوسائل الإعلامية المختلفة ووسائل جماهيرية عامة لا يستغني عنها أي فرد في أي مجتمع لذلك يجب علينا الاهتمام بها وتعديل البرامج الإعلامية التي تعرض لقطاعات الجماهير المختلفة وهذا هو دور المؤسسات الإعلامية، كما أن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في التغيير الثقافي وفي تدعيم الثقافات، كما تساهم في نقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل لآخر وتعمل على توسيع آفاق المواطنين وتحسين نوعية ومدى إدراكهم للمحيط الذي يعيشون فيه، لذلك فقد نال المجال الإعلامي اهتماماً بالغاً نتيجة الانتشار الكبير لوسائل الإعلام المختلفة، والتي تساهم في تكوين الرأي العام وفي تلبية رغبات الأفراد بما يزيد من تحسين واقع الرياضة بأنواعها في جميع المجتمعات (علاوي ورضوان، 1988، ص 14).

خامساً: نظرية الاستخدامات والإشباع:

محور نظرية الاستخدامات والإشباع يؤكد على أن الأفراد المتلقين للرسالة الاتصالية لهم دور فعال في عملية الاتصال، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم، وتؤكد على أن الجمهور المتلقي للرسالة الاتصالية ليس سلبياً أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال، وإنما هو جمهور عنيد، يبحث دائماً عن المحتوى الذي يريد التعرض إليه ويتحكم في اختيار الرسائل التي تقدم هذا المحتوى. (مكاوي، 2006، ص 30).

"ومن ناحية منهجية، تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع على أنه يمكن استنتاج بيانات من معلومات نستمدّها من الجمهور المتلقي للرسالة الاتصالية، لأن أفراد هذا الجمهور لديهم الوعي الذاتي والمقدرة على تسجيل اهتماماتهم ودوافعهم، حينما يسألون عنها بصيغة سهلة ومفهومة". (أبو أصبع، 2006، ص 21).

تتم عملية الإشباع للحاجات من المعلومات من خلال تعرض الفرد لوسيلة إعلامية محددة ومن خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة، وترى هذه النظرية بأن الأفراد يوظفون محتوى ومضمون الرسائل الإعلامية بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها، وأن الأفراد يستعملون وسائل الإعلام لإشباع بعض الحاجات الأساسية لديهم، حيث جرت عدة دراسات حول استخدام الجمهور لوسائل الإعلام في البحث والإشباع (مكاوي، 2006، ص 31)، وبالتالي فإن هذه النظرية ترتبط بهذه الدراسة حيث أنه عندما يتم إشباع الحاجات الأساسية لدى الجمهور من خلال وكالة الأنباء الكويتية (كونا) فإن ذلك سينعكس إيجاباً على تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها.

سادساً: نظرية الغرس الثقافي:

نظرية الغرس الثقافي cultivation theory ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية خلال السبعينات وقدمت رؤية جديدة لأثر وسائل الإعلام. ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الناتج عن تراكم التعرض لوسائل الإعلام المختلفة وبخاصة الإذاعة، إذ يعرف المتلقي حقائق الواقع الاجتماعي من هذا التعرض المكثف لوسائل الإعلام.

تؤكد النظرية على الأثر المتراكم على المدى البعيد لوسائل الإعلام في ثقافة الفرد وبالتالي في منظوماته القيمية والسلوكية، وهي تؤكد على العلاقة بين الانتباه (التعرض) إلى وسائل الإعلام وبين المفاهيم التي يكونها المشاهدون للواقع الاجتماعي؟ وتعد هذه النظرية تصويراً تطبيقياً

للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات. إذ تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة المبكرة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم، خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة (عبد الحميد، 2000، ص 27) واستخدمت دراسات تحليل الغرس الثقافي بشكل واسع اختبارات التأثيرات العرضية لكثافة مشاهدة الدراما التلفزيونية، وتعد الانفعالات كالخوف والقلق والعزلة بين الأفراد الذين يتبنون العالم الرمزي والعنيف في وسائل الإعلام كانعكاس للواقع هي التأثير الأكبر الذي بزعمه منظرو نظرية الغرس. (مكاوي، 2006، ص 34).

وترتبط هذه النظرية بالدراسة الحالية حيث أن وكالة الأنباء الكويتية (كونا) تقدم أخباراً متنوعة للجمهور، مما ينعكس على ثقافة الفرد، الذي يتعرض بكثافة لوكالات الأنباء الأخرى والتي لها تأثيرات أيضاً على جمهور المتلقين.

سابعاً: الرضا الوظيفي:

يعد الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة من أهم مقومات نجاح تلك المؤسسة في تقديم خدماتها إلى المتعاملين معها، ويقودنا التفكير المنطقي إلى القول انه كلما زاد رضا الفرد عن عمله زاد الدافع لديه على البقاء في هذا العمل، وقل اعتماد تركه للعمل بطريقة اختيارية (السلمي، 1996، ص 243)، ويمكن أن نتصور أن العامل ينفذ قراراً يومياً بما إذا كان سيذهب إلى العمل في بداية اليوم أم لا، ولا شك أن العامل المصدر لنوع القرار هو الفرص البديلة المتاحة للعامل إذا قرر عدم الذهاب إلى العمل، فان كانت هذه الفرص مغرية ولها الأفضلية لدى العامل فسوف يتغيب عن العمل والعكس صحيح، لذلك يتوقف الرضا الوظيفي عن العمل على التوازن بين مدى الإشباع أو النقص في إشباع الحاجات ومن خلال توقعات الفرد حول تحقيق

أهدافه في الإشباع، ومن الثابت أن من يؤدي عملاً مشوقاً، سواء ما لصفاته وخصائصه وقدراته ومواهبه وخبراته واستعداداته لا يجد صعوبة ما في أدائه، كما لا يواجه عراقيل من شأنها أن تفقده الرغبة في انجازه أو الاهتمام به، أو أن تشعره بأنه إنما يضيع وقته وجهده سدى فيه لاسيما إذا كان ذلك العمل يؤديه الموظف أو العامل في المؤسسات الخدمية (المصري، 2000، ص27).

ويتفاوت الأفراد في الدرجة التي تنعكس بها اتجاهاتهم النفسية الكامنة على سلوكهم الخارجي وقوة المشاعر ودرجة تراكمها تؤثران في درجة انعكاسها على سلوك الفرد الخارجي، فكلما كانت مشاعر الاستياء من العمل قوية كلما زاد احتمال ظهور هذا الاستياء على سلوك الفرد ببحثه عن عمل آخر أو بزيادة معدل تأخيره عن العمل، فعدم الرضا يؤدي إلى الإحباط والتعقيد في العمل الذي ينعكس بدوره على سلوك الأفراد، إذ أن هنالك حالات من الخصام والنزاع والاختلاس والغياب المتعمد والتمرد. وللرضا الوظيفي جوانب ايجابية على المؤسسة، فهذه الجوانب الايجابية للأفراد والمتمثلة بالاتجاهات ترتبط بانخفاض دوران العمل، وتقليل ظاهرة التغيب، أي انه بقدر ما تزيد العوائد والمنافع على اختلاف أشكالها التي يحصل عليها الفرد من وظيفته بقدر ما يزداد حماس الفرد لبذل جهد مكثف في أداء العمل، فزيادة دافعية الفرد لأداء العمل هو نتاج لشعوره بالسعادة والرضا عن العمل، أي انه نتاج لشعوره بإشباع حاجاته، لذا فان رضا العاملين عن المؤسسة أو عدم رضاهم يؤثر مباشرة على برامج العلاقات العامة (المصري، 2000، ص91).

1- مفهوم الرضا الوظيفي:

إن مفهوم الرضا مفهوم قديم، وبخاصة في تراثنا الإسلامي، حيث أشير إليه في القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة، وكتابات العلماء المسلمين فيما بعد.

وحول مفهوم الرضا في التراث الإسلامي يذكر المشعان (المشعان، 1993، ص 52). "أن الرضا ثمرة الجهد في الدنيا وغاية الحياة، وهو من أعلى مقامات المقربين، ومنتهى الإحسان في العمل والمكافآت، وفي الحديث أن الله تعالى يتجلى للمؤمنين فيقول: "سلوني... فيقولون رضاك"، والدعاء لا يخرج صاحبه عن مقام الرضا، إلا إذا كان قائماً على الاعتراض على القضاء أو افتراض أفضلية الهدى على تقدير الله سبحانه وتعالى لأنه بذلك يكون دليلاً على عدم الرضا... والقواعد الشرعية هي أساس تحديد مجالات الرضا، ومن ثم فإن معيار تحقيق الرضا ليس ذاتياً ومطلقاً، وإنما يحدده الشرع ويربط بينه وبين الوسيلة والسبيل... ولذا كان الرضا بالمنكر معصية والرضا بالعسر لما يتوقع من اليسر أمراً تعديلاً... وقد أشار الرسول (صلى الله عليه وسلم) إلى أن الراضي أغنى الناس بأفكاره ومشاعره الطيبة فقال: (ارض بما قسم الله لك تكن أغنى الناس). كما يرى الإمام الغزالي رضي الله عنه، أن الرضا ثمرة من ثمار الحب وأن الحب يورث الرضا، ولقد ارتبط السرور وراحة النفس بالرضا واليقين، فبرضا الإنسان عن نفسه وربه يطمئن ليومه وحاضره، وبيقينه بالله والآخرة والجزاء والعقاب يطمئن ليومه ومستقبله... وقال (عليه الصلاة والسلام): "إذا أحب الله قوماً ابتلاهم فمن رضي فله رضاء ومن سخط فله السخط".

والرضا المتبادل بين الخالق والمخلوق هو الفوز العظيم وهما ليسا "أمرين" متضادين أو منفصلين، وإنما تقوم العلاقة بينهما على أساس أن أحدهما موجب للآخر وتحقيقهما قمة المقامات (رضي الله عنهم ورضوا عنه ذلك الفوز العظيم) (المائدة، 19)، (يا أيها النفس المطمئنة

ارجعي إلى ربك راضية مرضية) (الفجر، 28)، وهي المكافأة التي يتلقاها المؤمنون ومن اتبع الهدى... (والذين اتبعوهم بإحسان رضي الله عنهم ورضوا عنه) (التوبة، 100).

ولقد تطور مفهوم الرضا الوظيفي في ضوء تطور الإدارة في النصف الأول من القرن العشرين وذلك عبر مرحلتين من التطور مرتبطين بمفهوم الرضا الوظيفي. المرحلة الأولى: بدأت بمنهج الإدارة العلمية التي طورها تايلور (Taylor) ومن جاء بعده من العلماء والتي وصفها ماكجريجو McGregor بما أسماه نظرية (X). ويعتقد أصحاب هذا الاتجاه أن المكافآت المادية هي من أهم حوافز العمل، بل هي الدافع الوحيد. بينما يرى تانر "أن هذا النمط الإداري يؤدي إلى نوع من عدم الثقة بين الإدارة والعاملين، ويشعر العاملون في ظله بالقلق والإحباط، وتدني الروح المعنوية، وعدم الرضا عن العمل.

أما المرحلة الثانية: فتمثلت في ظهور العلاقات الإنسانية التي طورها مايو Mayo et at ورفاقه في دراسات هوثورن الشهيرة، وقد بدأ استقصاؤهم عن ظروف العمل، وفعالية المستخدمين. حيث وجدوا أن العلاقات الشخصية المتداخلة تخلق نوعاً من المسؤولية الجماعية التي تحفز على العمل، وأن الرقابة لا دخل لها في زيادة الإنتاجية، وأن الحافز المادي ليس العامل الأهم في زيادة الإنتاج، بل إن الاهتمام بشخصية العامل ومشكلاته، ومشاركته في اتخاذ القرار، وتوفير جو من الثقة، والعلاقات الإنسانية التي تربط العاملين بمؤسساتهم يزيد من الإنتاج (السلمي، 1996).

وقد بدأ الإداريون بدراسة أهمية العلاقات الإنسانية والاجتماعية في حقل التعليم، بعد دراسات هوثورن في مجال الرضا الوظيفي للعاملين في المصانع، حيث أسهم هزربرج في نظريته التي أسماها نظرية العاملين (Two-Factor Theory) والمتعلقة بالدوافع تجاه العمل

في توضيح وتصنيف الحاجات عند الإنسان وأثرها في الرضا الوظيفي. وقد أشار دره وصباغ (عودة، 1992) إلى أن لهذه النظرية أثراً كبيراً في إثراء مفهوم الرضا الوظيفي.

2- تعريف الرضا الوظيفي:

الرضا الوظيفي هو شعور الفرد بالسعادة والارتياح اثناء أدائه لعمله ويتحقق ذلك بالتوفيق بين ما يتوقعه الفرد وما يحصل عليه فعلا في هذا العمل وأن الرضا الوظيفي يتمثل في المكونات التي تدفع الفرد إلى العمل والإنتاج (الفالح، 2001، ص 71) وهو مفهوم عام، ولذلك فإن من الصعب ذكر تعريف معين ومحدد له، أما الباحثون الذين درسوا الرضا الوظيفي دراسة علمية فقد ركزوا حول زوايا معينة لتعريف المتغيرات كمفاهيم يسهل التعامل معها.

وهناك خمس مدارس تبحث في مسألة الرضا الوظيفي وهي:

- 1- مدرسة الحاجات النفسية: ومن روادها ماسلو Maslow وهيرزبرج Herzberg والتي ترى أن الدافعية هي العامل المركزي في الرضا الوظيفي، وتركز على العوامل التي تؤدي للرضا وهي التحصيل، والإنجاز، والمركز، والتقدير، والمسؤولية.
- 2- مدرسة القيادة: وهي المدرسة التي يقودها بليك Blake وموتون Mouton وفيدلر Fiedler وتركز على أثر القيادة على العاملين.
- 3- مدرسة الحوافز المادية: وهي مدرسة لبتون Lupton وقولر Gowler وليج Legge وتركز على علاقة الرضا الوظيفي بالرواتب، والحوافز المادية.
- 4- المدرسة الأيدولوجية الإدارية: وهي مدرسة جروزير Grozier وجولدنر Gouldner وتركز على الأساليب الإدارية المختلفة وأثرها وانعكاساتها على العاملين.
- 5- مدرسة محتوى العمل: وهي المدرسة التي ترى أن طبيعة العمل والطريقة التي يؤدي بها هي التي تحدد الإطار الأول للرضا الوظيفي.

ومن أقدم التعريفات وأبسطها ما قال به هوبوك وهو من أوائل الباحثين في مجال الرضا الوظيفي بأنه "كل الظروف النفسية والوظيفية والأوضاع البيئية التي تجعل الشخص يقرر بأنه مقتنع بعمله أو راضٍ عن عمله" (المشعان، 1993، ص21).

بينما يعرف لوك الرضا الوظيفي بأنه "حالة الارتياح العاطفي الناتجة عن تحقيق قيم الشخص من خلال عمله" (ياسين، 1990، ص11).

ويحدد فروم (Froom) أن الرضا الوظيفي هو "شعور الشخص نحو وظيفته أو عمله، فالشعور الإيجابي يتبعه الرضا الوظيفي بينما الشعور السلبي يتبعه عدم الرضا الوظيفي" (عودة، 1992، ص10)، أما بورتر فيرى أن "الرضا الوظيفي ينتج عن الدرجة التي تتم بها تلبية احتياجات العمل والإنجاز الذي يحققه العاملون".

بينما يعرف فون وذن الرضا الوظيفي على "أنه شعور الموظف تجاه رئيسه، وزملائه، وعمله، وفرص الترقية فيه".

وفي الدراسات العربية التي تناولت تعريف الرضا الوظيفي يقول عبد الخالق (1982، 72-105) بأن الرضا الوظيفي مفهوم مركب وله عدة أوجه، حيث يرى بعض الكتاب أن إشباع حاجات العاملين هو أحد المحددات الخاصة بهذا الرضا، وآخرون يعطون الأهمية في ذلك لبعض الجوانب الاجتماعية، مثل روابط وأواصر الصداقة التي تربط العاملين بعضهم ببعض، وآخرون يرجعون مستوى هذا الرضا إلى مواقف المرؤوسين من رؤسائهم، ونمط الإشراف الذي يخضعون له. وأخيراً فهناك من يعطي للاعتبارات الخاصة بالشخصية ومدى تكاملها في محيط العمل فضلاً في تحقيق الرضا الوظيفي.

ويحاول عبد الخالق أن يحدد مفهوم الرضا الوظيفي فيقول بأنه مفهوم متعدد الأبعاد يتمثل في هذا الرضا الكلي الذي يستمدّه الموظف من وظيفته، وجماعة العمل التي يعمل معها،

ورؤسائه الذين يخضع لإشرافهم وكذلك من المنشأة والبيئة اللتين يعمل فيهما، وطبيعي أن يتأثر هذا الرضا بالنمط التكويني لشخصية هذا الموظف.

كذلك عرف عاشور (1979) سلوك الرضا عن العمل بقوله يعبر سلوك رضا الفرد عن العمل والوظيفة عن مستوى الإشباع الذي تتيحه له العناصر والجوانب المختلفة للعمل.

أما بدر (1983) فيرى أن الرضا الوظيفي عبارة عن درجة شعور الفرد بمدى إشباع الحاجات التي يرغب أن يشبعها من وظيفته من خلال قيامه بأداء وظيفة معينة.

من العرض السابق لتعريفات الرضا الوظيفي يمكن القول أن هذه التعريفات تشير إلى أن الرضا عن العمل مفهوم مركب ومتعدد الأبعاد يشير إلى الشعور الإيجابي الذي يتكون عند الفرد، والنتائج عن قناعاته بأنه يمارس عملاً نافعاً، يحقق من خلاله طموحاته الوظيفية، ويشبع رغباته، ويستغل قدراته العملية والعلمية، ويوظف خبراته، ويتفاعل مع عمله، وينسجم مع زملائه في العمل.

من التعريفات السابقة يمكن أن نستنتج أن الرضا الوظيفي عبارة عن: شعور داخلي إيجابي يشير إلى درجة إشباع حاجات الفرد، وذلك من خلال عوامل متعددة منها ما هو خارجي "كبيئة العمل" ومنها ما هو داخلي "كالعمل نفسه" وهذه العوامل من شأنها أن تجعل الفرد راضياً عن عمله، ومحققاً لطموحاته، ورغباته، ومبوله، ليتحقق بذلك التناسب بين ما يريده الفرد من عمله وبين ما يحصل عليه فعلاً.

3- تطور الاهتمام بالرضا الوظيفي:

لقد بدأ الاهتمام بالعاملين والإنتاجية في دراسات الرضا الوظيفي من الناحية التاريخية قبل أكثر من سبعين عاماً، وكان هذا الاهتمام موجهاً نحو زيادة الإنتاجية وذلك من خلال تغيير ظروف بيئة العمل، و الرائد في هذا المجال هو العالم فردريك تايلر (Frederick Taylor)

الذي يرى أن أفضل طريقة لزيادة الإنتاجية هي تطوير الطرق التقنية المستخدمة بواسطة العاملين.

وتعد دراسات تايلور (Taylor) في عام 1911م من الدراسات الرائدة التي اهتمت بالتعرف على آثار البيئة المادية الواقعية لمكان العمل على إنتاجية العامل وسلوكه، فقدم أفكاره في موضوع الإدارة العلمية مفترضاً أن الوصول إلى الإنتاج المحسن يتطلب تغيير البيئة المادية (مكان العمل). وقد أدت أفكار تايلور (Taylor) إلى قيام دراسات الزمن، والحركة، والنظام الصارم في العمل والتركيز على أداء العمل بأقل درجة من الاتصال الشخصي بين العمال، وإلى تطبيق مشدد لأنظمة دوافع الأجور والحوافز، وكان هدفه وغايته وضع الرجل المناسب في المكان المناسب مما يحقق الرضا وبالتالي زيادة الإنتاج. ففي بداية القرن العشرين ظهرت النظرية العلمية في الإدارة بفضل دراسات تايلور وفايول التي اهتمت بالإنتاج والعمل على زيادته، من خلال تحليل وضبط حركات العامل لتقليل الوقت الذي يحتاجه والجهد الذي يبذله، ثم ظهرت حركة العلاقات الإنسانية ما بين (1927-1945) على يد التون مايو وزملائه حيث ركز الباحثون على دراسة العلاقات الإنسانية بين جماعات العمل المختلفة لمعرفة مدى تفاعلها مع بعضها وأثر ذلك على الإنتاجية والرضا الوظيفي، كما ركزت على أن ما يحتاج إليه رفع الإنتاج في أية مؤسسة ليس بالضرورة أن يتم وفق الأسس التي اعتمدها النظرية العلمية في الإدارة بل يمكن أن يتم بشكل أفضل من خلال الاهتمام بالعاملين وحاجاتهم ومشاعرهم والاهتمام بتنظيماتهم الرسمية وقد تطورت مدرسة العلاقات الإنسانية فيما بعد الأربعينات على يد ماكجريجور وليكرت وارجيرس (كامل والبكري، 1990).

وأن أبحاث مايو وزملائه ساعدت على ظهور ونمو البحوث المتعلقة بالرضا الوظيفي حيث كشفت هذه البحوث بطريق الصدفة أثناء قياس أثر النواحي المادية كالإضاءة والتهوية على

إنتاجية العمل عن أن الإنتاجية قد ازدادت بطريقة غير متوقعة حتى في حالة انخفاض العوامل المادية المحيطة، وقد أرجع مايو هذه النتائج إلى وجود بعض العوامل الذاتية الخاصة بشعور العاملين تجاه بعضهم بعضاً والاهتمام الذي يلاقونه من جانب الرؤساء، كما أبرزت نتائج البحوث أهمية جماعات العمل، ودور العامل الفرد داخل جماعة العمل، وأصبح ينظر إلى العامل على أنه عنصر مشارك ومؤثر في العملية الإنتاجية، وليس عنصراً سلبياً كما كانت تفترض الدراسات السابقة.

وذكر العديلي (1981) أن دراسة هوبك تعتبر نقطة البداية الحقيقية لبحوث الرضا الوظيفي، حيث قام بقياس رضا العاملين عن العمل، وفحص العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي مثل: أوضاع العمل، والإشراف، والإنجاز مستخدماً أسلوب الاستقصاء، وبحثه تعتبر من أولى الدراسات المنهجية المنشورة عن الرضا الوظيفي. وفي أواخر الستينات وأوائل السبعينات أخذت الدراسات والبحوث في مجال السلوك الإنساني والتنظيمي تهتم ليس بالعامل وجماعات العمل فحسب بل بتفاعل العاملين مع العمل نفسه في المنظمات التي يعملون بها وأصبحت بحوث الرضا الوظيفي أكثر تعقيداً، أو اتساعاً من ذي قبل، وصاحب ذلك تطور كبير في الطرق والمنهجية لبحوث الرضا الوظيفي، والعلاقة بينها وبين الخصائص الاجتماعية، والسيكولوجية للأفراد، والهيكل التنظيمية، والمناخ التنظيمي، وأصبح الرضا مجالاً مستقلاً بذاته، وله أدبياته ونظرياته الخاصة به، كما أن العديد من البحوث أصبحت متوافرة، واتسع مجال التطبيق ليشمل العديد من الوظائف والمهن.

والرضا الوظيفي مسألة تحدها قيم الشخص واتجاهاته نحو الوظيفة، وفي حالة الحصول على الرضا الوظيفي تتشكل لدى الفرد مجموعة من المعتقدات التي تؤدي إلى الثقة بالنفس. ولضمان ارتفاع إنتاجية الفرد وإنتاجية المؤسسة فإن جاك ودوجلاس يؤكدان بأنه "لا بد

من قياس درجة الرضا الوظيفي، ودرجة ثقة الفرد بعمله ونفسه. كما يضيفان بأن الرضا الوظيفي مسألة نسبية تعتمد على مقارنة الفرد نفسه بغيره من الذين يحملون المؤهل نفسه والكفاءة نفسها والمستويات نفسها، وقد أشارا إلى أن العمل وحده ليس هو المسئول عن الرضا فهناك عوامل أخرى تشترك معه في ذلك كالأُسرة والمجتمع لكن يبقى العمل هو المسئول الرئيسي عن الرضا" (السلمي، 1996، ص121).

وباعتبار أن العمل هو جزء أساسي من حياة الإنسان وأن تحقيق المنفعة للفرد والمجتمع يأتي نتيجة لهذا العمل فدق كان لا بد من اختيار العمل الذي يتناسب مع الفرد ويستطيع من خلاله استخدام مهاراته ومعرفته. وقد أشارت سميث ورفاقها أهمية دراسة الرضا الوظيفي لعدة أسباب منها:

1. وجود نظرية حديثة وصالحة للاستخدام عن الموضوع.
2. الأهمية النظرية والعملية للموضوع في حد ذاته.
3. الأثر الذي يتركه الرضا الوظيفي في بيئة العمل.

وقد اهتم علماء النفس في المجال الصناعي بالرضا الوظيفي لأنهم كانوا يقيمون العمل على أساس الإنتاجية من جانب، والرضا الوظيفي للعاملين من جانب آخر، رغم عدم وجود رابط محسوس بين الاثنين، إلا أن قضاء العاملين جزءاً كبيراً من وقتهم في العمل جعل المؤسسات تهتم بهذا الموضوع لدواع إنسانية. إضافة إلى صحة العاملين الجسمية والعقلية التي تتأثر بمكان العمل، كذلك فإن العامل الذي يجد الرضا الوظيفي يكون قابلاً للتوافق مع مجتمعه، والرضا يؤدي إلى عدم ترك العمل، كما أن دراسة هذا الموضوع وإيجاد مقياس للرضا الوظيفي وإيجاد نظرية له يمكن أن تخدم الموضوع مستقبلاً، ولا بد من معرفة العوامل التي تؤدي إلى الرضا الوظيفي وتلك التي تؤدي للعكس. ويذكر واتسون أن كلاً من بورتر ولولر أضافا "أن

معتقدات العاملين عن بيئة عملهم تشكل جزءاً من خبراتهم المكتسبة في مجال العمل" (ياسين، 1990، ص43).

ومن الملاحظ وجود محاولات الإدارات الجادة لرفع نسبة الرضا الوظيفي بين العاملين استناداً إلى ما أفرزته الدراسات المتعددة في هذا المجال لمحاربة انخفاض الإنتاجية ومحاربة لجوء البعض إلى ترك العمل، وقد ساهم في ذلك اهتمام علماء النفس في المجال الصناعي والاجتماعي فيما يسمى بـ "تكبير العمل" أو "إثراء العمل" وقد هدفت هذه المحاولات إلى جعل العمل أو الوظيفة ذات معنى، ومتعة وثنري جوانب شخصية العامل فيها.

وقد أصبح من المسلم به العلاقة الوثيقة بين الرضا الوظيفي بعوامله الداخلية والخارجية والإنتاجية حيث التناسب الطردي بين ارتفاع معدل الرضا الوظيفي وارتفاع معدل الإنتاجية، وهذا ما أثبتته مجموعة من الدراسات القديمة والحديثة آخرها دراسة همل في عام 1985. وفي المقابل فإن انخفاض معدل الرضا الوظيفي قد يؤدي بالشخص للبحث عن عمل آخر أو الانتقال لمنطقة أخرى وهذا ما أثبتته سيفرت في دراسة عن مديري المدارس الثانوية بجنوب غرب الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1985م والتي توصلت إلى أن 73% من هؤلاء المديرين لا يشعرون بالرضا الوظيفي.

والرضا الوظيفي يعتبر مسألة مهمة بالنسبة للأفراد وبالذات في مجال العمل أو الوظيفة، فرضا مدير المدرسة عن وظيفته يعد الأساس والمهم لتحقيق توافقه النفسي والفسولوجي والاجتماعي، لكون الرضا يرتبط بالنجاح في مجال العمل والذي يعتبر المعيار الموضوعي المهم الذي يقوم على ضوئه تقييم المجتمع وأفراده، بجانب كونه مؤشراً لنجاح الإداري في مختلف جوانب حياته. وهذا بدوره ينعكس على سلوكه الخارجي من خلال اتجاهاته الكامنة، وعلى قوة المشاعر ودرجة تراكمها، وإذا زادت قوة الاستياء من العمل يزيد احتمال ظهور

الاستياء على سلوك الفرد بطبيعة الحال وذلك عن طريق محاولات أخرى، كالانتقال من قسم إلى آخر في العمل، أو ترك العمل والبحث عن عمل آخر، أو زيادة نسبة الغياب أو الهروب من العمل...إلخ.

4- العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي:

على الرغم من أن الرضا الوظيفي يتكون من الميول المفضلة لدى كل فرد ورغم أن هذه الميول غير محددة، إلا أن هناك نوعاً من الاتفاق على المجالات الواسعة التي يكون فيها إرضاء الأفراد ضرورياً، وأن هذه المجالات هي في حقيقتها عوامل الرضا الوظيفي، وكون أن الرضا الوظيفي مفهوم متعدد الأبعاد، فقد اتضح من خلال الأدب التربوي المتصل بالموضوع أن هذه العوامل قد اختلفت في تسميتها من حين لآخر، فقد ذكرها البعض على أساس أنها عوامل مؤثرة في الرضا الوظيفي، وذكرها البعض الآخر على أساس أنها أبعاد الرضا الوظيفي، كما ذكرها البعض الثالث على أنها محددات الرضا الوظيفي، ونظراً لاختلاف هذه المسميات مع أنها تتفق في المضمون فإنه سيتم معالجتها من خلال عنوان العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي التي تمثل الرضا الكلي الذي يستمدّه الموظف من وظيفته، وجماعة العمل التي يعمل معها، ورؤسائه الذين يخضع لإشرافهم، والبيئة التي يعمل فيها، وسياسة الإدارة التابع لها. وقد حدد ويس وزملاؤه عشرين جانباً (عصراً) من بيئة العمل يسهم كل منها في تشكيل الرضا الوظيفي للفرد في أي تنظيم، ومن أبرز هذه العناصر: استغلال القدرات، والنشاط، والتقدم الوظيفي، والسلطة، والزملاء، والإشراف، وسياسة العمل، والاستقلالية، والراتب، والتقدير والأمن والاستقرار (العمرى، 1992). وفي الاتجاه نفسه طورت كونوي وزميلاتها نموذجاً للرضا الوظيفي يتضمن سبعة عشر جانباً لقياس الرضا الوظيفي، ومن أبرز هذه الجوانب: الترقية، وفرص التدريب، والاستقلالية، ومجموعة العمل، والإشراف، والإدارة العليا،

والأجور، والأمن الوظيفي، وأسلوب تنظيم العمل، والالتزام التنظيمي. بينما حددت سميث وزملاءها خمسة جوانب رئيسية للرضا الوظيفي ومصدرها طبيعة العمل، والراتب، والإشراف، والتقدم الوظيفي، وزملاء العمل. وتبعثهم في ذلك فرات بتحديد جوانب مماثلة للرضا منبثقة من عناصر وظيفية كالراتب، وطبيعة العمل، ومجموعة العمل، والإشراف، والإدارة (العمرى، 1992)، ويشير نشوان (1982) إلى أن الدراسات التي تعتمد على نظرية ماسلو في الحاجات الإنسانية تؤكد على أن أهم العوامل التي تشجع الفرد على العمل وتزيد من رضاه عن عمله هي: الراتب، والعمل المناسب، وفرص الترقية، والتقدم الوظيفي، وظروف العمل، والعلاقات الإنسانية، والرقابة والإدارة الجيدتان، والاعتراف بأهمية الفرد، وساعات العمل، والمزايا العينية.

ويذكر سامح المذكور في (عودة، 1992) أن مانت حددت عوامل الرضا عن العمل في الآتي: العمل نفسه، والأمن الوظيفي، والإشراف الفني، والعلاقات الإنسانية، والرقابة والإدارة الجيدتان، والاعتراف بأهمية الفرد، وساعات العمل ذاته، ويرى تول المذكور في (سليمان، 1985، ص67) أن مستوى رضا الفرد عن وظيفته يتناسب مع مستوى: مكانة الوظيفة، واستقلال الموظف وسيطرته على ظروف العمل، والعلاقة والترابط في بيئة العمل، والتحدي والتنوع في المهام، والدور في اتخاذ القرار، والأجر بالمقارنة مع غيره، وحركة الموظف التي تتيحها له الوظيفة إلى أعلى، والظروف المساعدة للعمل، والأمن في الوظيفة.

أما من حيث محددات الرضا الوظيفي فقد تناول هذا الموضوع كثير من العلماء والباحثين وسنكتفي في ذلك بما ذكره المشعان في كتابه "دراسات في الفروق بين الجنسين في الرضا المهني" وما ذكره من اقتباسات لآراء بعض العلماء حول هذه المحددات والتي تتمثل في الآتي:

يرى والكر وجوست أن محددات الرضا هي (الأجر، والشعور بالضمان والأمن، ومظهر العمل، ومركزه الاجتماعي، وظروف العمل، والأقدمية في العمل، ودرجة قرب العامل من المنتج النهائي، وزملاء العمل، والمشرفون).

ونظراً لأهمية الرضا الوظيفي في الممارسة الفاعلة لدور مدير المدرسة فإن ثمة عوامل مختلفة توصل إليها الباحثون تؤثر في درجة رضا مدير المدرسة عن مهنته، وقد أكد ديفز على ستة عوامل هامة للرضا الوظيفي تتصل بثلاثة منها بالعمل مباشرة وتتصل الثلاثة الأخرى بظروف أو جوانب أخرى ذات علاقة بالعمل:

1. الجوانب التي لها صلة مباشرة بالعمل:

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام هي:

- كفاية الإشراف المباشر: فالمشرف له أهمية كبرى في هذا المجال لأنه يشكل نقطة الاتصال بين التنظيم والأفراد ويكون له أكبر الأثر في ما يقومون به من أنشطة يومية.
- الرضا عن العمل نفسه: فأغلب الأفراد يشعرون بالرضا عن العمل إذا كان من النوع الذي يحبونه، ويكون هذا الرضا دافعاً لهم إلى إتقان عملهم وبذل ما لديهم من طاقة في القيام به.

- الاندماج مع الزملاء في العمل: فالإنسان اجتماعي بطبعه ويكون العمل أكثر إرضاء للفرد إذا شعر بأنه يمنحه الفرصة لزمالة الآخرين والاتصال بهم.

2. الجوانب التي تتصل بظروف وجوانب أخرى للعمل:

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام هي:

- توفير الأهداف في التنظيم: يرغب الأفراد بأن يكونوا أعضاء في تنظيم له هدف فعال.
- توفير مناخ من العدالة والموضوعية في العمل خاصة توزيع الأدوار والمهام.

- الحالة الصحية والبدنية والذهنية: هناك ارتباط بين الصحة البدنية والصحة العقلية وأثرها على الفرد وأدائه ومعنوياته، كما أن هناك علاقة قوية بين العمل والصحة النفسية. ويذكر فليبو المشار إليه في (نشوان، 1982) قائمة أخرى من العوامل المؤثرة في رضا الأفراد تصلح لدراسة الرضا عن العمل لدى الأفراد بهدف العمل لدى الأفراد بهدف العمل على الارتفاع بالرضا الوظيفي. ومن بين هذه العوامل: الأجر، والاستقرار في العمل، وتقدير العمل المنجز، وظروف العمل، والقيادة العادلة والكفاءة، والفرص المتاحة.

أما بالنسبة لمعرفة متغيرات الرضا الوظيفي فإنها تساعد المديرين والمسؤولين على إجراء التغييرات اللازمة بالنسبة لمهام الوظيفة، وصلاحياتها، وامتيازاتها وكذلك بالنسبة لعمل المؤسسة عامة. وهذه المتغيرات الأولية أو الأساسية، هي التي حددها كل من جاك ودوجلاس في كتابهما "دراسة تطبيق العلاقات الإنسانية" والتي تتعلق بالعمر، وسنوات الخبرة في الوظيفة، ومجال الوظيفة، ومستوى التنظيم، ومستوى التعليم، والجنس، وسنتناول هذه المتغيرات بإعطاء بعض التفاصيل عنها، وهي:

1- العمر: بالنسبة للعاملين تحت سن (19) سنة يعرف عنهم ارتفاع إنتاجيتهم وشعورهم بالرضا الوظيفي، بينما تنخفض إنتاجية العاملين الذين يقتربون من سن التقاعد كما ينخفض شعورهم بالرضا الوظيفي، والملاحظ أن إنتاجية الفرد تبدأ عالية عندما يبدأ عمله ثم تبدأ في الانخفاض تدريجياً في أواخر العقد الثالث من العمر، لتبدأ في الارتفاع مرة أخرى.

2- سنوات الخبرة في العمل: كثيراً ما يصاب الفرد خلال السنة الأولى من العمل بشيء من عدم الرضا الوظيفي الأمر الذي يؤثر على إنتاجيته في العمل، وإذا تمكن من تجاوز هذه المرحلة بنهاية العام الأول فإن معدل إنتاج الفرد يبدأ في النمو والزيادة، وكذلك شعوره

بالرضا الوظيفي، إلا أن التقل من وظيفة إلى أخرى يؤدي بصاحبه إلى عدم الشعور بالرضا الوظيفي ويجعل منه شخصاً غير منتج.

- 3- محيط العمل: هناك علاقة إيجابية بين الرضا الوظيفي والأداء وتعد الوظيفة، وتاريخياً فإن العامل قليل المهارة يحتاج إلى الشعور بالأمن في عمله أكثر من غيره، وكذلك هو قيل التحرك من موقع إلى آخر وكثير الاعتماد على غيره داخل وخارج محيط العمل، وعموماً فالعامل غير الماهر أقل إنتاجية وأقل شعوراً بالرضا الوظيفي من زميله الماهر.
- 4- مستوى التنظيم: يعتمد إنتاج الفرد وشعوره بالرضا الوظيفي على درجة التنظيم التي تسود المؤسسة وتحكم عملها، وبالتالي فإن ذلك يدفع الفرد لاكتساب الخبرة اللازمة في عمله ولرفع إنتاجيته، وبالتالي ارتفاع درجة شعوره بالرضا الوظيفي.
- 5- مستوى التعليم: لا يعني ارتفاع المستوى التعليمي شعور الفرد بالرضا الوظيفي بالضرورة، وربما يعود ذلك لكثرة التوقعات أو المطالب التي يتوقعها المتعلم من عمله، والاستثناء لهذه القاعدة يكون في المتعلمين الذين حصلوا على شهادة عليا خاصة حملة (الدكتوراه) حيث أن الرضا الوظيفي يتماشى عندهم بسبب ما يحصلون عليه من ترقيات وتقدم وظيفي، وعلى العكس من هؤلاء نجد أن الشعور بعدم الرضا واضحا لدى صغار السن من العاملين أو الذين يحملون مؤهلات علمية متواضعة ويلتحقون بأعمال صغيرة.
- 6- الجنس: كان شعور الرجال بالرضا الوظيفي سابقاً أكثر من شعور النساء بذلك، إلا أن هذا الوضع قد تغير الآن بسبب حصول النساء على الفرص نفسها التي كانت شبه محكرة من قبل الرجال.

ومهما اختلف الباحثون ي تحديد جوانب العمل التنظيمي من حيث التفصيل أو التعميم والتي تسهم في تشكيل الرضا الوظيفي للأفراد فإن هذه الجوانب تقع ضمن ثلاثة مجالات رئيسية

حددها عبد الخالق وهي: الرضا بسياسات العمل في المؤسسة، والرضا بعلاقات العمل، والرضا بطبيعة العمل ذاته. وأعتبر أن هناك ثلاثة عوامل محددة لهذا الرضا وهي:

عوامل ذاتية تتعلق بخصائص الفرد وسماته مثل العمر، والجنس، والتعليم، والخبرة، والدافعية وغيرها، وعوامل تنظيمية خاصة بشروط العمل وأساليب تنظيمه، وعوامل بيئية عامة تحيط بالمؤسسة وتؤثر عليها.

وبعد العرض السابق للعوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي بشكل عام، فإنه يمكن القول إن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في الرضا وتتمثل في الآتي: العمل نفسه وظروفه، والإحساس بالأمن والاستقرار، توافر المكافآت والجزاءات والحوافز المادية والمعنوية، ووضوح أهداف العمل، والعلاقات مع الزملاء، وديمقراطية العمل، ونمط الإشراف السائد في المؤسسة، وتكافؤ الفرص بين الأفراد، وفرص النمو والترقية المتاحة، والمشاركة في اتخاذ القرارات الخاصة بالأفراد والمؤسسة، والتوافق بين أفراد المؤسسة الواحدة، والمكانة الاجتماعية للوظيفة التي يشغلها الفرد، بجانب العوامل النفسية التي من أهمها اقتناع الشخص بعمله، وإمكانية الحصول على عمل أفضل أو عدمه.

5- نظريات الرضا الوظيفي:

بالرغم من أنه توجد عدة نظريات عن الرضا الوظيفي إلا أنه توجد مدرستان مشهورتان عن الموضوع وهاتان المدرستان هما: النظرية التقليدية (النظريات المبكرة أو القديمة) ومن زعمائها "ليفين ستاين وهوبوك ومونستر بيرج وتايلور" التي تحدد قطبين متعاكسين للموضوع، بحيث يمكن قياس الرضا الوظيفي وفي الوقت نفسه قياس عدم الرضا الوظيفي، أي أنه إذا كانت عوامل الرضا الوظيفي لشخص ما تمثل 80% فإن عوامل عدم الرضا الوظيفي أو الحياد تمثل 20% وعلى العكس من ذلك توجد نظرية هيرزبرج ذات العاملين حيث تختلف عوامل الرضا

الوظيفي عن عوامل عدم الرضا، بحيث يكون الرضا الوظيفي في أحد العوامل مثلاً 80% وفي عامل آخر يكون عدم الرضا الوظيفي بنسبة 80% وعليه يكون ارتفاع نسبة "المحفزات" هي التي تؤدي إلى الرضا الوظيفي، بينما يعود ارتفاع النسبة في الجانب الآخر إلى انخفاض نسبة الرضا الوظيفي. ومنذ ظهور نظرية هيرزبرج في عام 1959م دار نقاش كبير حول مزاياها ومزايا النظريات التقليدية التي سبقتها.

وقد قدمت نظريات عدة لتفسير رضا الأفراد عن وظائفهم، ولكن سيتم التركيز هنا على ما يسمى بالنظريات القديمة والحديثة التي تناولت الطرق لفهم الرضا الوظيفي. أما بالنسبة للنظريات التقليدية للرضا الوظيفي فهي تقرر أن هذا الرضا يتحقق كلما تحقق الانسجام بين الفرد والمؤسسة، وكلما حقق الفرد حاجاته الشخصية، ونال الجزاء المناسب عن عمله، وبالتالي يزداد الرضا الوظيفي بزيادة العائد الذي يناله العامل في كل مجالات عمله، ويؤكد لوك أن الرضا الوظيفي يحدده ما يناله الشخص من عمله بالمقارنة مع ما يتوقعه من هذا العمل، أو لولر فقد قرر أن الرضا الوظيفي أو عدمه يأتي من مقارنة الشخص بين ما يناله من الوظيفة وما يعطيه هو لهذه الوظيفة، فإذا شعر الشخص بأنه قد أخذ أكثر مما يستحق فإنه يشعر بعقدة الذنب بينما يشعر بالظلم إذا شعر بأنه قد أخذ أقل مما أعطى. وتعقيباً لذلك يلاحظ أن النظريات الأخرى لا تكاد تختلف عن السابقة في أنها جميعاً تربط بين بيئة العمل ومدى التوافق بين العامل وهذه البيئة، أو مدى شعور العامل بأن عمله يحقق له تطلعاته الشخصية ويرضي طموحه ويلبي حاجاته الأساسية".

ويعتقد بعض الباحثين أن هناك ارتباطاً إيجابياً بين الدوافع والرضا الوظيفي فإذا حصل الفرد على حوافز مرغوبة وذات أهمية لديه أدى ذلك إلى ارتفاع درجة الرضا الوظيفي عنده. وقسم هوي ومسكل المراحل التي مرت بها دراسة الدافعية إلى ثلاث مراحل هي:

المرحلة الأولى: وتمثل المدارس التقليدية التي ركزت على الحافز المادي واعتبرته الحافز الوحيد الذي يثير الدافعية عند الفرد العامل.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة العلاقات الإنسانية والتي ركزت على العوامل الاجتماعية والظروف المحيطة بالعمل كأساس للدافعية عند الفرد العامل.

المرحلة الثالثة: هي المدرسة الحديثة في الإدارة وهي نظرية النظم والإدارة بالأهداف والتي ركزت على الحوافز المادية والمعنوية في تنمية الدافعية عند الفرد العامل.

ويرى كل من هوي ومسكل أن الإدارة الجيدة هي التي تستخدم الحوافز بطريقة مناسبة وتحسن اختيار الحافز المناسب في الوقت المناسب (عودة، 1992).

ويرى سكرنر في نظريته التعزيزية أن الذي يحدد السلوك هو عوامل البيئة الخارجية، ولذلك فهو يرى أن المعززات هي التي تتحكم في السلوك، على أن يكون التعزيز بعد حدوث الفعل مباشرة. وقد تكون هذه المعززات إيجابية كالثناء إذا أردنا تعزيز السلوك. أو معززات سلبية إذا أردنا إطفاء السلوك أو الحد من نشاطه مثل التوبيخ أو العقاب.

ويذكر النشواني (1983) أن هذه النظرية تسهم في مساعدة المديرين في معرفة الارتباط القوي بين التعزيز الإيجابي والرضا الوظيفي وأثر ذلك في زيادة الإنتاجية، كما يساعدهم في معرفة أثر المعززات السلبية في الحد من السلوك السلبي أو إطفائه وبالتالي الحد من العوامل المحبطة للرضا الوظيفي للعاملين. ومما يؤخذ على هذه النظرية أنها أغفلت العوامل الداخلية أو الدوافع الداخلية والتي أثبت نتائج كثير من الدراسات على أهميتها في الحفز والرضا عن العمل. أما فيما يتعلق بالنظريات الحديثة ذات العلاقة برضا الفرد عن وظيفته، وعلاقة موضوع الدافعية وأثره في الرضا الوظيفي، فيمكن تقسيمها إلى نوعين هما:

أولاً: نظريات المحتوى: وهي التي تركز بشكل عام على العوامل التي تؤثر في رضا الفرد عن وظيفته.

وتتكون نظريات المحتوى من النظريات التالية:

1. نظرية التسلسل الهرمي للحاجات ماسلو.
2. نظرية العاملين (الدافع، والصحة) هرزبرج.
3. نظرية الإنجاز (دافيد مكلياند).
4. نظرية الدرر.
5. نظرية ميبير للدافعية.

1. نظرية ماسلو للحاجات.

لقد أعطيت هذه النظرية أهمية كبيرة في دراسة الرضا الوظيفي، وهي واحدة من النظريات التي تقول بأن للفرد حاجات يكافح لتحقيقها، وأن سلوك الإنسان تحكمه حاجته ورغبته، كما أن حاجات الفرد ومصالحته الشخصية تشكل منطلق دافعيته وهذا القول موجود بشكل مباشر أو ير مباشر في جميع نظريات الدافعية، لكن هذا لا يعني بالضرورة أن اهتمام الفرد بحاجاته ومصالحه الذاتية يشكل إهمالاً لمصالح الآخرين.

ولقد أكد المشعان (1993) أن شيفر أول من تبنى نظرية الحاجات (تحقيق الذات) وعلاقتها بالرضا المهني (الوظيفي) وقد تحدث قائلاً: إنه في أي موقف فإن الرضا الوظيفي وظيفة توفر للعامل النتائج ذات القيمة بالنسبة له. وإن هناك مجموعة من الحاجات النفسية التي تعمل على جعل الأفراد راضين أو غير راضين عن أعمالهم. بالإضافة إلى أن هناك عوامل أو متغيرات داخل الفرد تجعله راضياً أو غير راضٍ عن عمله.

ولقد استخدمها ماسلو في عام 1954م في نظريته للحاجات التي تؤكد تسلسل الحاجات عند الفرد. وقد عالجت نظرية ماسلو في عام 1970م (عودة، 1992) موضوع الدافعية وأثره في الرضا الوظيفي. ومحتوى هذه النظرية أن الناس يحرصون على إشباع حاجات مرتبة ترتيباً هرمياً على أساس أهميتها وقوتها و هذه الحاجات كما صنفها ماسلو هي:

1. الحاجات الفسيولوجية: وتتمثل في الطعام والشراب والهواء والجنس.
2. الحاجة إلى الأمن: وتتمثل في شعور الفرد بالسالمة في حياته وعمله.
3. الحاجة إلى القبول الاجتماعي: وتتمثل في شعور الفرد بأنه محتاج إلى غيره وأن الناس محتاجون إليه.

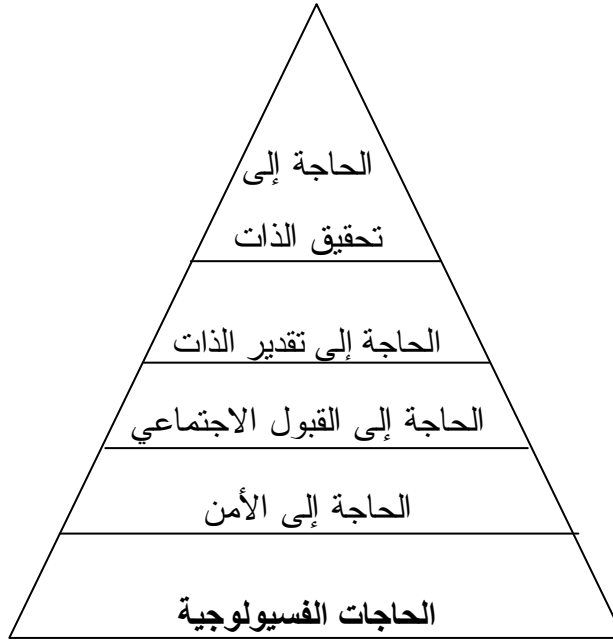
4. الحاجة إلى تقدير الذات: وتعني أن الإنسان يشعر بأهميته وبأن الآخرين محتاجون إليه.
5. الحاجة إلى تحقيق الذات: وتعني رغبة الفرد في الوصول إلى أقصى ما يمكن للفرد تحقيقه وهذه تدفعه للإبداع في مهنته والوصول إلى أعلى مراحل الأداء.

وتفترض هذه النظرية أن الحاجات غير المشبعة سوف تصبح المحدد الرئيسي لسلوك الفرد لحين إشباعها، إذ أن عدم إشباعها يؤدي إلى حالة عدم الاتزان مما يستدعي الفرد القيام بسلوك معين بهدف إعادة التوازن الداخلي وأن زيادة الرضا تؤدي إلى زيادة قوة الحاجة.

ويشير ماسلو إلى أن الحاجات غير المشبعة تولد عند الفرد نوعاً من التوتر وعدم الاتزان، وهذا التوتر لا يزول إلا بإشباع الحاجة، والحاجات المهمة هي الحاجة غير المشبعة ولا يستطيع أحد أن يرقى لإشباع حاجة من الحاجات الأخرى إلا عن طريق إشباع الحاجات الأهم (غير المشبعة) وفقاً للتسلسل الهرمي في سلم الحاجات لماسلو ثم الأقل أهمية وهكذا، وبذلك يكون عدم إشباع الحاجات الدنيا الفسيولوجية يجعلها الأهم من الحاجات العليا ثم يرتقي الفرد على سلم الحاجات ليصبح الحاجات تبعاً لتسلسلها، كما يتضح من هرم ماسلو وبالذات في أعلى

السلم أن الفرد عندما لا يحقق ذاته فإنه لا يكون راضياً أو مرتاحاً، بل برماً متشنجاً، والحاجات غير المشبعة تصبح المحدد الرئيسي لسلوك الفرد لحين إشباعها، إذا أن عدم إشباعها يؤدي إلى حالة من عدم الاتزان مما يستدعي من الفرد القيام بسلوك معين بهدف إعادة التوازن الداخلي، وبالتالي زيادة الرضا الذي يتم من خلاله زيادة قوة الحاجة.

وتصلح هذه النظرية لتفسير ظاهرة الدافعية بتحديد ما الحاجات التي تحرك السلوك الإنساني، كما أنها تقيم نوعاً من العلاقة بين إشباع الحاجة والدافعية، فالحاجات غير المشبعة هي التي تحرك السلوك ولذلك على المدير القائد أن يعمل باستمرار على إشباع هذه الحاجات لدى المعلمين وخاصة العليا منها في هرم ماسلو والنموذج رقم (2) يوضح ذلك.



شكل رقم (2) هرم ماسلو للحاجات

المصدر: عودة، نافع محمد أسمر. 1992. علاقة السلوك القيادي لمدير المدرسة بالرضا الوظيفي لمعلمي

المرحلة الثانوية في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، إربد

غير أن نظرية ماسلو للحاجات لم تسلم من النقد حيث تدل الدراسات على أن الحاجات ومدى إشباعها قد يختلف باختلاف المجتمع وثقافته ومكانة الفرد الاجتماعية وذلك من مجتمع

إلى آخره. وقد ذكر المشعان (1993) عدداً من هذه الدراسات التي اختلفت مع نظرية ماسلو من حيث تسلسل الحاجات وهي دراسات ماينز ولوك وسالانك وزملائه وهول ونوفين ومن الدراسات العربية التي اختلفت مع ماسلو دراسة العديلي في عام 1983م.

2. نظرية العاملين (الدافع، والصحة) هرزبرج

أما نظرية العاملين لهرزبرج فهي من النظريات الهامة التي عالجت موضوع الدافعية وأثره في الرضا الوظيفي، كما أنها من أشهر نظريات الدوافع وأكثرها إثارة للجدل في السنوات الأخيرة، وتعتبر حالياً مصدراً أساسياً من مصادر الأدب النظري في موضوع الرضا الوظيفي. وقد لخص فيردريك هيرزبرج نظريته من خلال تقرير بعنوان "الدافعية للعمل" وأوردها أيضاً في كتابه "العمل وطبيعة الإنسان" والتي تصور الإنسان في حالتين متميزتين حيث يحاول الإنسان أن يتفادى الألم من جهة ويحاول من جهة أخرى أن ينمو نمواً طبيعياً. ودرس هيرزبرج الرضا والدافعية للعمل خلال العقود الثلاثة الماضية واشتمل بحثه الأساسي على (200) من المحاسبين والمهندسين، وكننتيجة لهذا البحث اقترح نظريته ذات العاملين.

وتعتمد النظرية على قطبين لا علاقة بينهما بحيث يختص كل قطب بحاجات مختلفة، فبينما تؤدي عوامل القطب الأول بشعور الفرد بالرضا الوظيفي، تكون عوامل القطب الآخر مسؤولة عن شعور الفرد بعدم الرضا، كما تستند النظرية إلى أن الفرد يحاول دائماً أن يدفع عن نفسه الألم أو الأشياء التي لا يرغب فيها، وعليه تكون العوامل غير المرغوبة والتي يصادفها الفرد في بيئة عمله ولا يستطيع دفعها عنه هي التي تؤدي إلى شعوره بعدم الرضا الوظيفي، أما غياب هذه العوامل عنه فتنشأ عنها بيئة محايدة. وفي الجانب الآخر يرغب الإنسان دائماً في البيئة المبهجة والمقبولة والعوامل التي تجعل هذه البيئة كذلك هي عوامل الرضا الوظيفي لدى الفرد، وغياب هذه العوامل يجعل الفرد في بيئة محايدة.

وقد أكد هـرزبرج في نظريته أن هناك مجموعتين من العوامل تحددان الرضا أو عدم الرضا عند الأفراد العاملين. حيث ترتبط المجموعة الأولى بمحتوى العمل (الوظيفة) وهي ما أطلق عليها العوامل الداخلية (المحفزات) أو العوامل الدافعة التي تؤدي إلى الرضا وتتمثل في: الشعور بالإنجاز، والتقدير، والعمل نفسه، والمسؤولية والترقية والنمو. وهذه العوامل هي التي تزيد دافعية الفرد للعمل لأنه يطمع في المزيد منها، أما غياب هذه العوامل فإنه لا يؤدي بالضرورة إلى عدم الرضا الوظيفي بقدر ما يؤدي إلى شعوره بدرجة أقل من الرضا.

أما المجموعة الثانية فهي العوامل الخارجية الأساسية (المحبطات) أو عوامل الصحة التي ترتبط ببيئة العمل وظروفه وهذه العوامل تؤدي إلى شعور الفرد بعدم الرضا الوظيفي، ولكن إذا تم توافرها بشكل ملائم فإنها تضمن عدم الاستياء في العمل ولكنها لا تتضمن الرضا. وفي حالة عدم توافرها أو عدم ملاءمتها في الوسط الوظيفي فإنها تسبب شعوراً بعدم الرضا. ومن هذه العوامل سياسة المؤسسة وإدارتها، وظروف العمل، والأمن الوظيفي، والعلاقات الشخصية، وحياة الفرد، والإشراف الفني، ومكانة الفرد، والوضع المادي للفرد (الراتب والحوافز). وغياب هذه العوامل لا يؤدي إلى الرضا الوظيفي بقدر ما يؤدي إلى شعوره بقدر أقل من عدم الرضا الوظيفي.

ويؤكد هـرزبرج في نظريته أن الظروف البيئية الأفضل للعمل يمكن أن تؤثر في درجة استياء الموظف وليس في رضاه وبمعنى آخر إن العوامل الصحية المتعلقة ببيئة العمل مثل الراتب الكافي، وظروف العمل الحسنة، والمشرفين المحترمين، وزملاء العمل الجديرين بالحب لن يقدموا موظفاً راضياً ولكنهم يقدمون موظفاً غير مستاء فحسب (آل ناجي والمحبوب، د.ت). كما أكد هـرزبرج في نظريته أن عدم قدرة بعض الإداريين على دفع الموظفين للعمل يعود إلى الاعتماد بشكل كبير على العوامل الصحية، وهذه العوامل على الرغم من أنها تقلل من

عدم الرضا الوظيفي فإنها تؤثر في عملية الدافع عند الموظفين، ولأن الدوافع والعوامل الصحية عوامل مختلفة (ليست متناقضة) فإنه من الناحية النظرية يمكن للموظفين أن يكونوا راضين أو غير راضين في الوقت نفسه. ولذا فإن على الإداريين في المؤسسات أن يوفرُوا عوامل صحية جيدة بالإضافة إلى ترتيب المهام بشكل مثير وليس بشكل ممل للموظف.

وهناك علاقة قوية لا بد من الإشارة إليها بين نظرية العاملين لهرزبرج، وهرم ماسلو للحاجات. حيث يلاحظ أن الأجواء الصحية (التي يؤكد هرزبرج على أنها لا تثير الدافع) توازي تماماً الحاجات الفيزيولوجية وحاجة الأمن والحاجات الاجتماعية عند ماسلو كما هو موضح في الشكل رقم (2)، وهي التي تعتبر قوتها الدافعية بسيطة، ولكن الدوافع تتصل اتصالاً قوياً بحاجات الأنا وحاجات تحقيق الذات، وهذا الذي يجعل الدوافع في نظرية هرزبرج تقوم بعملها تماماً لكونها تلبي الحاجات العليا غير المشبعة في مدرج هرم ماسلو والمتمثل في تقدير الذات وتحقيقها.

تاسعاً: وكالة الأنباء الكويتية (كونا):

أنشأت وكالة الأنباء الكويتية (كونا) سنة 1976 بصدور قانون رقم 70 القاضي بإنشائها في 6 تشرين الأول 1976 كمؤسسة عامة تابعة لوزارة الإعلام . وقد بدأت الوكالة ببث خدماتها الإخبارية لمشتركها المحليين في 11/3/1978 ولم تسبقها وكالة أخرى في الكويت ، كما بدأت بثها الإنكليزي المحلي في 15/1/1980 . أما النشرة الخاصة التي تبثها للسفارات الكويتية في الخارج فبدأت بتقديم خدماتها لها في تشرين الثاني 1979. ويعمل في الوكالة أكثر من 300 موظف منهم 156 موظفاً في إدارة التحرير فضلاً عن المرسلين المتفرقين في الخارج . ويتألف الهيكل التنظيمي للوكالة من (عزت، 1983، ص148) :

أ. مجلس الإدارة : ويتألف من المدير العام وأربعة أعضاء لمجلس الإدارة ، وهو السلطة العليا في الوكالة ويناط به رسم الاستراتيجية الإعلامية التي يجب أن تنتهجها الوكالة لتحقيق أهدافها .

ب. قطاع التحرير : ويتألف من إدارة التحرير ومركز المعلومات والأبحاث ومركز كونا لخدمات التصوير ومكتب التنسيق والمتابعة .

ت. قطاع الشؤون المالية والإدارية : ويتألف من إدارة تقنية المعلومات وإدارة الشؤون الإدارية وإدارة الشؤون المالية وإدارة التسويق والعلاقات ومركز كونا للتدريب وتطوير القدرات الإعلامية (وزارة الإعلام الكويتية، 1988، ص380).

وقد لعبت وكالة الأنباء الكويتية دوراً دعائياً ملحوظاً في الترويج لسياسة الدولة عبر ما تبثه من تقارير وتصدره من كتيبات من أخبار ووجهات نظر رسمية في القضايا الدولية والعربية .

ثانياً: الدراسات السابقة

فيما يلي عرض للدراسات السابقة ذات الصلة:

دراسة خلف (2009) مؤسسات المجتمع المدني ودورها في إنجاز وظائف العلاقات العامة دراسة مسحية لواقع العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني في العراق، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على مؤسسات المجتمع المدني ودورها في إنجاز وظائف العلاقات العامة دراسة مسحية لواقع العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني في العراق. وتحقيقاً لأهداف الدراسة فقد أعتمد الباحث المنهج المسحي الذي يعد من أنسب المناهج لمثل هذه الدراسات.

وعالج موضوع البحث في ضوء أربعة فصول كان الفصل الأول منها الإطار المنهجي للبحث الذي تضمن مشكلة البحث، وأهميته وأهدافه، ومنهجه، ومجالاته، ومجتمع البحث وعينته، وإجراءاته وأدواته، والدراسات السابقة، أما الفصل الثاني فكان مدخلاً إلى مؤسسات المجتمع المدني، تضمن ثلاثة مباحث المبحث الأول: التعريف بالمجتمع المدني من حيث مفهومه وسماته، أما المبحث الثاني: المراحل التاريخية للمجتمع المدني في العراق، والمبحث الثالث واقع مؤسسات المجتمع المدني في العراق بعد 2003\49، وتطرق الباحث في الفصل الثالث إلى وضع إمكانات العلاقات العامة من وظائف وأساليب ووسائل لخدمة هذه المؤسسات، وتضمن ثلاثة مباحث أيضاً: الأول ركز على مفهوم العلاقات العامة، والمبحث الثاني: وظائف العلاقات العامة وأهميتها، أما المبحث الثالث تضمن العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني، وجاء الفصل الرابع ليشمل الدراسة الميدانية لأهداف العلاقات العامة ووظائفها في مؤسسات المجتمع المدني العراقية، وتضمن مبحثين، المبحث الأول: نبذة عن مؤسسات المجتمع المدني العراقية،

والمبحث الثاني : تحليل البيانات الخاصة بالعاملين في مجال العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني العراقية.

وتوصل الباحث إلى مجموعة من الاستنتاجات التي تتسجم مع الأهداف المحددة للبحث، وقد قدم الباحث مجموعة من التوصيات لتطوير أنشطة ووظائف العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني.

دراسة يوسف (2007) بعنوان "التحفيز وأثره في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في منشآت القطاع الصناعي بالمدينة الصناعية بمكة المكرمة"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على أنواع الحوافز المادية والمعنوية المقدمة للعاملين في منشآت القطاع الصناعي بالمدينة الصناعية بمكة المكرمة ولمعرفة مدى رضاء العاملين في هذا القطاع عن بيئة العمل الوظيفية، قام الباحث بتصميم استبيان غطى أنواع الحوافز المادية والمعنوية والرضا الوظيفي وهي محاور الدراسة. تم شملت عينة الدراسة 134 من العاملين بالمدينة الصناعية بمدينة مكة المكرمة.

توصلت الدراسة لنتائج منها: وجد أن الحوافز المادية تقدم للعاملين بالقطاع الصناعي أحياناً أما الحوافز المادية فتقدم لهم بدرجة قليلة، أيضاً وجدت الدراسة أن أفراد العينة راضون عن بيئة العمل إلى حد ما وأن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الحوافز المادية والمعنوية وبين الرضا الوظيفي عن بيئة العمل.

دراسة الفالح (2006) بعنوان: "الرضا الوظيفي لمحضري المختبرات في المرحلتين المتوسطة والثانوية في مدينة الرياض"، هدفت الدراسة التعرف على الرضا الوظيفي لمحضري المختبرات في المرحلتين المتوسطة والثانوية في مدينة الرياض. وكذلك التعرف على الفروق بينهم في الرضا الوظيفي حسب المتغيرات المستقلة التالية: المرحلة التي يعمل بها محضر

المختبر، والعمر، والخبرة في العمل، ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها قام الباحث بإعداد استبانة، وتكونت عينة الدراسة من (99) محضر مختبر.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن المتوسطات الحسابية للرضا الوظيفي لمحضري المختبرات جاءت ما بين (2.13-4.68) وبمتوسط عام بلغ (3.27) وهذا يعني أن محضري المختبرات يتمتعون برضا وظيفي بدرجة متوسطة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الرضا الوظيفي بين محضري المختبرات تعزى للمرحلة الدراسية التي يعملون بها.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند (0.05) في الرضا الوظيفي بين محضري المختبرات تعزى لمتغير العمر، في محوري بيئة العمل والعبء العملي في المؤسسة وهذه الفروق لصالح الفئة العمرية الأكبر، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الرضا الوظيفي تعزى بخبراتهم في العمل فيما يخص محور بيئة العمل.
- دراسة الباحثين (2004) بعنوان "الرضا الوظيفي لمندوبي المبيعات في القطاع الخاص السعودي - دراسة ميدانية على منظمات القطاع الخاص للمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية". هدفت الدراسة إلى تعرف مستوى الرضا الوظيفي لدى مندوبي المبيعات السعوديين وغير السعوديين في القطاع الخاص السعودي، وتأثير الصفات الشخصية (العمر، المستوى التعليمي، الراتب، الخبرة) على درجة الرضا الوظيفي. ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع 1560 استبانة على مندوبي المبيعات في 285 منظمة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- أن متوسط الرضا الوظيفي العام لمندوبي المبيعات غير السعوديين أعلى وبدلالة إحصائية عن متوسط الرضا الوظيفي لمندوبي المبيعات السعوديين.

2- مثل كل من عنصر الراتب، الشعور بالأمان والاستقرار الوظيفي، والترقيات والمكافآت أهم عناصر الرضا الوظيفي لكل من مندوبي المبيعات غير السعوديين ومندوبي المبيعات السعوديين.

3- أن هناك علاقة طردية بين الراتب والرضا الوظيفي لكل من مندوبي المبيعات السعوديين وغير السعوديين. وأن هناك علاقة عكسية بين المستوى التعليمي والرضا الوظيفي لمندوبي المبيعات السعوديين، بينما لم تثبت الدراسة وجود علاقة للمندوبين غير السعوديين.

دراسة خوام (2004) بعنوان "الرضا الوظيفي لدى العاملين وآثاره على الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على شبكة الجزيرة الفضائية"، هدفت الدراسة التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى الموظفين العاملين في الشبكة، والتعرف على أسباب الفروقات في الأداء الوظيفي بين الموظفين، قام الباحث باستخدام أداة الاستبانة، وتكونت عينة الدراسة من (100) موظف منهم إعلاميين ومذيعين وصحفيين ومدراء ورؤساء ومشرفين ومنسقين ومصورين وغيرهم في شبكة الجزيرة الفضائية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن المؤسسة لا تحقق إرضاء تام للموظفين عن الترقيات، وربما أنها تحتاج لدراسة نظام الترقيات لديها ومتابعته، حيث أن أكثر من 80% من أفراد العينة لا يشعرون برضا عن هذا الموضوع بحد ذاته حيث أن من لم يبدي رأيه لا بد وأنه غير راضي عن سياسة الترقيات المتبعة لدى المؤسسة، وذلك كله برأي الشخصي ينعكس على الأداء الوظيفي.

دراسة المدلج (2003) بعنوان "قياس منسوبي الرضا الوظيفي لدى العاملين الفنيين في الخدمات الطبية للقوات المسلحة". وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا

الوظيفي لدى الفئة المبحوثة، والتعرف على علاقة الرضا الوظيفي بالبعد المالي ، وبيئة العمل والعملية الإدارية، والتطور الذاتي والوظيفي وعلاقات العمل، والتعرف على العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى الفئة المبحوثة، والتعرف على علاقة الرضا الوظيفي بالعوامل الشخصية للفئة المبحوثة، وتكونت عينة الدراسة من (190) مفردة من العاملين الفنيين الصحيين الذكور (العسكريين المدنيين التابعين لديوان الخدمة المدنية - المدنيين التابعين لنظام التشغيل الذاتي)

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة :

1. هنالك عدم رضا بين أفراد الدراسة نحو نظام الأجور ، وتبلغ درجة عدم الرضا أقصاه عند العاملين الفنيين التابعين لديوان الخدمة المدنية وذلك نتيجة عدم رضاهم عن بند المكافآت .

2. تميل مفردات الدراسة إلى الرضا عن الوقت المتاح لهم لإتمام العمل بكفاءة ، وأيضاً عن الإمكانيات المتاحة لإنجاز العمل ، وعدم الرضا عن برنامج التدريب الداخلي والخارجي ، وفرص حضور المؤتمرات والندوات ، وفرص الترقية .

دراسة الشهري (2004) بعنوان " الرضا الوظيفي وعلاقته بالإنتاجية" ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على الواقع الرضا الوظيفي السائد ومستويات الرضا الوظيفي ومستوى الإنتاجية وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية الآتية : (الجنس - سنوات الخدمة - المؤهل التعليمي - العمر - الراتب - الأمن الوظيفي - ظروف العمل - العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين - الترقية والتقدم في العمل). وتكونت عينة الدراسة من (233) مفتشاً جمركياً يمثلون جميع مفتشي الجمارك العاملين في منطقة الرياض.

وكانت أهم نتائج الدراسة :

1. وجود علاقة بين مستوى الرضا الوظيفي ومستوى الإنتاجية بلغ (28,992) عند مستوى 1% ومعامل ارتباط بيرسون عند مستوى دلالة 1% أي أن هناك علاقة طردية بين المتغيرين.

2. الإنتاجية تتأثر بمحيط العمل ، والترقية لا ترتبط بالكفاءة والإتقان مما يعمل على تقليل حالات الرضا، والراتب الذي يتقاضاه الموظفين غير المرضي حيث احتل المرتبة الأخيرة في توزيع العينة وفقاً لقياس الرضا.

3. أظهرت الدراسة عدم التزام الإدارة بالتأمين الصحي للموظفين.

4. هنالك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس حيث يزداد الرضا عند الإناث.

5. وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير السن بمعنى أنه كلما تقدم العمر قل الرضا .

6. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 1% لصالح ذوي المرتبات العليا.

7. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 1% يوضح زيادة الرضا عند فئات سنوات الخدمة الأقل.

8. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 1% يوضح زيادة الرضا عند ذوي المؤهلات الدنيا .

الدراسات الأجنبية:

دراسة شيرمان وزملاؤه (Sherman, et al., 2000)، بعنوان " الفروق بين الجنسين

من طلبة الجامعة نحو مطالعة الصحف عبر الإنترنت وخبراتهم معه". وقد هدفت إلى دراسة

هذه الفروق بين الطلبة الجامعيين نحو مطالعة الصحف عبر الإنترنت وخبراتهم. وقد تبين أن

الفجوة بين الطلبة والطالبات في السنوات الأخيرة بدأت تضيق عما كانت عليه سابقاً، ولكن

توجد فروق بينهم في الاستخدام الجيد والأمثل بين الجنسين وكيفية التعرف على وسائل وطرق الاستخدام واكتساب الخبرة بهذا المجال، وتبدو المشكلة أكبر لدى الطلبة في مراحل التعليم العليا، لأنهم في حاجة إلى المزيد من الخبرات في هذا المجال وبكافة الأقسام والتخصصات العملية. كما أكدت الدراسة أن منذ الستينات والذكور أكثر إماماً بالصحف وإقبالاً عليها من الإناث، وأن السلوك المتعلق بمطالعة الصحف يختلف بشكل ظاهر بين الجنسين إلا أن هذه الفروق لم تتغير حتى الآن.

دراسة ساندرز وموريسون (Sanders, & Morrison, 2001)، بعنوان " اتجاهات

وسلوك الطلبة نحو تعلم مادة "الصحافة" من خلال الإنترنت".

وقد درسا اتجاهات وسلوك الطلبة نحو تعلم مادة "الصحافة" من خلال الإنترنت، وباستخدام ما يسمى (Web course tools). وذلك على عينة مكونة من (200) طالب بجامعة جورج ساوثرن. وقد تم إعداد استبيان لهذا الغرض. وتؤكد الدراسة أن اتجاهات الطلبة نحو التعلم بهذه الطريقة كان إيجابياً بشكل عام. ويشعر معظم الطلبة بارتياح مع استخدام موقع المادة، والذي مكنهم من التفاعل والتعاون مع زملائهم خارج غرفة الدرس، كما مكنهم من الحصول على الخطط العامة للمادة وحل المشكلات والأسئلة والتقييم الذاتي بواسطة الاختبارات الذاتية. وكان لذلك الكثير من الآثار الإيجابية على الطلبة في عملية التعلم ومهارات حل المشكلات ومهارات التفكير الناقد. ومما يزيد من أهمية الموقع سهولة الاستخدام وكون أسئلته من النوع القصير أو ذات الاختيار من متعدد. وأظهرت الفتيات اتجاهات أكثر تفضيلاً نحو التعليم باستخدام الإنترنت، وخاصة أثناء الدرس. كما أنهن أكثر إيجابية في استخدامه مقارنة بالذكور.

أجرى **جيمس (James, 2002)** دراسة بعنوان: "تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي". بهدف التعرف على مدى تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهقين وسلوكهم السياسي، وقد انطلقت الدراسة من فرضية مؤداها أن وسائل الاتصال لها تأثير فعال على الاتجاهات السياسية، وعلى المعرفة العامة، والإحاطة بالأحداث الداخلية والخارجية على الفرد، وقد أجريت الدراسة في الولايات المتحدة الأمريكية وطبقت على طلبة المدارس من الفئة العمرية (13-18) سنة، واتبعت المنهج المسحي في البحث.

وقد توصلت الدراسة إلى أن متابعة وسائل الإعلام تزيد من الدافعية السياسية والمشاركة العامة لدى المتلقين، وتزيد من الاهتمام السياسي لديهم. وكذلك توصلت إلى أن وسائل الإعلام تؤثر في تشكيل مواقف واتجاهات طلبة المدارس إزاء الأحداث التي تجري داخل أمريكا وخارجها.

خلاصة الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها:

تناولت الدراسات السابقة العديد من الموضوعات، كدراسة خلف (2009) بعنوان مؤسسات المجتمع المدني ودورها في إنجاز وظائف العلاقات العامة دراسة مسحية لواقع العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني في العراق، ودراسة يوسف (2007) بعنوان "التحيز وأثره في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في منشآت القطاع الصناعي بالمدينة الصناعية بمكة المكرمة"، ودراسة الفالح (2006) بعنوان: "الرضا الوظيفي لمحضري المختبرات في المرحلتين المتوسطة والثانوية في مدينة الرياض، ودراسة الباحسين (2004) بعنوان "الرضا الوظيفي لمندوبي المبيعات في القطاع الخاص السعودي - دراسة ميدانية على منظمات القطاع الخاص للمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية". ودراسة خوام (2004)

بعنوان "الرضا الوظيفي لدى العاملين وآثاره على الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على شبكة الجزيرة الفضائية ودراسة الشهري (2004) بعنوان " الرضا الوظيفي وعلاقته بالإنتاجية".

أما الدراسة الحالية فتعد من الدراسات النادرة التي تناولت دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية "كونا" في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها: دراسة تطبيقية ، وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة مما يعد إضافة علمية في هذا الميدان.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

فيما يلي عرض لمنهج ومجتمع وعينة وأداة الدراسة وإجراءات الدراسة والأساليب

الإحصائية المستخدمة وكما يلي:

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لملاءمته طبيعة الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها من خلال الأساليب الكمية والإحصائية في معالجة موضوع الدراسة ووصف نتائجها. حيث تم تصميم استبانته تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة من العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا). تمثل أداة الدراسة في جمع المعلومات ومن ثم تحليلها واستخراج النتائج وصياغة التوصيات.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) والبالغ عددهم (420) عاملاً وعاملة.

عينة الدراسة:

قام الباحث باختيار عينة عشوائية بسيطة من العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بنسبة (30%) ليلعب عدد أفراد عينة الدراسة (140) عاملاً في مجال وسائل العلاقات العامة.

أداة الدراسة:

لغايات تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث ببناء استبانته مكونة من قسمين، قسم يتناول العلاقات العامة وقسم يتناول الرضا الوظيفي.

صدق الأداة:

للتأكد من صدق الأداة يتم عرض الاستبانة على عدد من أساتذة الجامعات للتأكد من مدى سلامة الصياغة اللغوية ومدى ملاءمة الفقرات لأغراض الدراسة. وتم إجراء التعديلات وفق آراء المحكمين ملحق (2).

التجربة الاستطلاعية: من أجل الوقوف على أهم المعوقات التي يمكن أن تواجه الباحث أثناء تطبيقه لبحثه، وكذلك لمعرفة الوقت المستغرق للتطبيق، لجأ الباحث إلى إجراء تجربة استطلاعية على عدد من العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا).

ثبات الأداة:

للتأكد من ثبات الأداة تم تطبيقها على عينة استطلاعية من خلال تطبيق الاختبار وإعادة الاختبار من خارج عينة الدراسة تتكون من (30) عاملاً، وطبقت مرتين بفارق زمني قدره أسبوعين، ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين نتائج التطبيقين

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية حسب برنامج SPSS:

1- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

2- اختبار (ت) للعينات المستقلة.

3- اختبار تحليل التباين الأحادي.

4- اختبار شيفيه للمقارنات البعدية.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يستعرض الباحث فيما يلي نتائج الدراسة حسب تسلسل أسئلتها وكما يلي:

أولاً: خصائص عينة الدراسة:

تبين النتائج الواردة في الجدول رقم (1) خصائص أفراد عينة الدراسة

الجدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة حسب العوامل الديموغرافية

المتغير	الفئات والمسميات	التكرارات	النسبة المئوية %
النوع	ذكر	100	71.4
	أنثى	40	28.6
العمر	أقل من 30 سنة	60	42.8
	من 30 - 39 سنة	40	28.6
	40 سنة فأكثر	40	28.6
المؤهل العلمي	دبلوم متوسط	20	14.4
	بكالوريوس	100	71.4
	ماجستير	10	7.2
	دكتوراه	10	7.2
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	60	42.8
	5-10 سنوات	40	28.6
	10 سنوات فأكثر	40	28.6

تمت دراسة مجموعة من المتغيرات الشخصية والوظيفية باستخدام أسلوب الإحصاء

الوصفي، من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بهذه الفئة، وذلك باستخراج التكرارات والنسب

المئوية للأسئلة الخاصة بالعوامل الديموغرافية، من حيث (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد

سنوات الخبرة) .

ثانياً: نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنتيجة ودرجة الأهمية، وذلك من خلال إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة المخصصة في الاستبانة والتي تقيس هذا المتغير.

العلاقات العامة

جدول رقم (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الأهداف

الترتيب	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة	درجة الأهمية
الأهداف					
1	تهدف وكالة الأنباء الكويتية كونا إلى توسيع أنشطتها للمجتمع.	4.144	.760	عالية	3
2	تهدف وكالة الأنباء الكويتية كونا إلى توضيح سياستها للمجتمع.	4.153	.663	عالية	2
3	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على الحصول على رضا المجتمع لما تقوم به من أعمال.	3.855	.672	عالية	10
4	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على الحصول على ثقة المجتمع لما تقوم به من أعمال.	3.693	.735	متوسطة	11
5	تقوم وكالة الأنباء الكويتية كونا بالاهتمام بالجمهور الداخلي للمؤسسة.	4.063	.741	عالية	4
6	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على قياس اتجاهات الرأي العام عنها.	4.036	.971	عالية	5
7	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على معرفة اتجاهات الرأي العام عنها.	4.000	.700	عالية	7
8	تسعى وكالة الأنباء الكويتية كونا للحفاظ على سمعتها وتصحيح سوء الفهم و النقد الموجه لها.	4.162	1.004	عالية	1

11	عالية	.736	3.791	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على تكوين صورة ذهنية جيدة عن مؤسسات المجتمع المدني.	9
9	عالية	.754	3.936	تسعى وكالة الأنباء الكويتية كونا للتعريف بوجود المؤسسة و أهميتها في المجتمع.	10
7	عالية	.831	4.000	تقوم وكالة الأنباء الكويتية كونا بالعمل على نشر ثقافة المجتمع المدني.	11
6	عالية	0.888	4.001	الدرجة الكلية	

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنتيجة ودرجة الأهمية، وذلك من خلال إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة المخصصة في الاستبانة والتي تقيس هذا المتغير.

جدول رقم (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير ممارسة نشاط العلاقات العامة

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة	درجة الأهمية
ممارسة نشاط العلاقات العامة:					
1	توجد أهمية لممارسة نشاط العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية كونا .	3.955	.652	عالية	2
2	يقوم العاملون في العلاقات العامة والإعلام بممارسة أنشطة ليست من ضمن اختصاصهم.	3.810	.720	عالية	3
3	يقوم غير العاملين في مجال الإعلام والعلاقات العامة بممارسة أنشطة ضمن اختصاص العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية كونا.	4.009	.694	عالية	1
	الدرجة الكلية		3.92	0.69	عالية

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنتيجة ودرجة الأهمية، وذلك من خلال إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة المخصصة في الاستبانة والتي تقيس هذا المتغير.

جدول رقم (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير وظائف العلاقات العامة

الدرجة الأهمية	النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم
وظائف العلاقات العامة					
2	عالية	.663	3.819	يمارس العاملون وظيفة البحث العلمي لأنشطة العلاقات العامة والإعلام.	1
3	متوسطة	.885	3.685	توجد أهمية لإجراء بحوث لأنشطة العلاقات العامة والإعلام.	2
4	عالية	.720	3.909	يقوم المركز بتطوير الأجهزة والمعدات كلما دعت الحاجة وفي ضوء ما يستجد من أجهزة وأدوات.	3
1	عالية	.574	3.918	يستخدم البحث العلمي في تخطيط نشاط العلاقات العامة .	4
5	عالية	.699	3.828	يؤدي عدم وجود موارد مالية كافية للقيام بالبحث العلمي لعدم القيام بالبحث العلمي.	5
6	عالية	.711	3.945	إن حالة عدم ممارسة وظيفة التخطيط بسبب قلة المخصصات المالية اللازمة لإجراء التخطيط.	6
7	عالية	.658	3.801	إن حالة عدم ممارسة وظيفة التخطيط بسبب أن العمل اليومي متعارف عليه ولا يحتاج إلى التخطيط .	7
8	متوسطة	.850	3.693	إن حالة عدم ممارسة وظيفة التخطيط بسبب أن العلاقات العامة متغيرة ولا يمكن التنبؤ بها.	8
9	عالية	.658	3.801	يقوم المركز بتحديث محتويات المكتبة بما يتناسب مع التطورات في مجال الإعلام.	9
	عالية	0.72	3.88	الدرجة الكلية	

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنتيجة ودرجة الأهمية، وذلك من خلال إجابات

عينة الدراسة عن الأسئلة المخصصة في الاستبانة والتي تقيس هذا المتغير.

جدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير وظيفة الاتصال

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة	درجة الأهمية
وظيفة الاتصال					
1	توجد أهمية للاتصال لنشاط العلاقات العامة.	3.819	.663	عالية	2
2	يقوم العاملون في العلاقات العامة والإعلام بالاتصال بالجمهور.	3.685	.885	متوسطة	3
3	إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب عدم المعرفة بفنون الاتصال.	3.909	.720	عالية	1
4	إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب عدم وجود كادر متخصص له خبرة في مجال التعامل مع الوسائل الإعلامية .	3.918	.574	عالية	4
5	إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب عدم تقدير الإدارة العليا لأهمية الاتصال بال جماهير.	3.828	.699	عالية	5
6	إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب الاعتماد على جهة استشارية خارجية تقوم بالاتصال بال جماهير.	3.945	.711	عالية	6
	الدرجة الكلية	3.92	0.722	عالية	

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنتيجة ودرجة الأهمية، وذلك من خلال إجابات

عينة الدراسة عن الأسئلة المخصصة في الاستبانة والتي تقيس هذا المتغير.

جدول رقم (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير وظيفة التنسيق

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة	درجة الأهمية
وظيفة التنسيق					
1	يمارس العاملون في العلاقات العامة والإعلام وظيفة التنسيق مع بقية العاملين في الوكالة.	3.945	.711	عالية	1
2	إن عدم اعتماد العاملين في العلاقات العامة والإعلام على التنسيق يكون بسبب كل قسم في الوكالة يقوم بواجبه دون الحاجة إلى تنسيق هذه الواجبات.	3.801	.658	عالية	2
3	إن عدم اعتماد العاملين في العلاقات العامة والإعلام على التنسيق يكون بسبب عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية التنسيق.	3.693	.850	متوسطة	4
4	إن عدم اعتماد العاملين في العلاقات العامة والإعلام على التنسيق يكون بسبب وجود جهة أخرى تقوم بعملية التنسيق بين أقسام الوكالة.	3.801	.658	عالية	2
الدرجة الكلية		3.82	0.75	عالية	

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنتيجة ودرجة الأهمية، وذلك من خلال إجابات

عينة الدراسة عن الأسئلة المخصصة في الاستبانة والتي تقيس هذا المتغير.

جدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المشاكل والمعوقات

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة	درجة الأهمية
المشاكل والمعوقات					
1	إن العاملين لا يتمتعون في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالأداء الجيد لممارسة أنشطة العلاقات العامة.	3.819	.663	عالية	5
2	في مجال الإعلام والعلاقات العامة لا يوجد العدد الكافي لممارسة أنشطة العلاقات العامة وتحقيق أهدافها.	3.685	.885	متوسطة	6
3	يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب نقص الدورات التدريبية.	3.909	.720	عالية	3
4	يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب نقص الحوافز الوظيفية.	3.918	.574	عالية	2
5	توجد مشكلات تواجه العاملين في تقويم أنشطة العلاقات العامة.	3.828	.699	عالية	4
6	يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب التجهيزات اللازمة لإنجاز الأعمال.	3.945	.711	عالية	1
الدرجة الكلية					

الرضا الوظيفي

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنتيجة ودرجة الأهمية، وذلك من خلال إجابات

عينة الدراسة عن الأسئلة المخصصة في الاستبانة والتي تقيس هذا المتغير.

جدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الأهداف

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة	درجة الأهمية
1	فترة الدوام كافية لإنجاز مهام عملي.	3.819	.663	عالية	6
2	ساعات العمل اليومية بالنسبة لي غير مرهقة.	3.685	.885	متوسطة	5
3	توزيع العمل بيني وبين زملائي عادل.	3.909	.720	عالية	7
4	طبيعة العمل تتناسب مع قدراتي الشخصية.	3.918	.574	عالية	4
5	يقدر المجتمع المحلي وظيفتي.	3.828	.699	عالية	3
6	أجد تعاوناً من أولياء الأمور في خدمة أهداف الوكالة.	3.945	.711	عالية	2
7	فرص النمو المهني بالنسبة لي (كالإفادات والدورات التدريبية المتخصصة) متوفرة.	3.819	.663	عالية	1
8	تتاح لي فرصة القيام بالأعمال التي أتقنها.	3.685	.885	متوسطة	8
9	طبيعة العمل تتناسب مع مؤهلي الدراسي.	3.909	.720	عالية	10
10	القيام بعملتي يحقق لي شعوراً بالإنجاز.	3.819	.663	عالية	9
11	يتيح لي عملي تنمية قدراتي.	3.685	.885	متوسطة	12
12	قيامي بعملتي الحالي يلبي طموحات كبيرة بالنسبة لي.	3.909	.720	عالية	13
13	أتمكن من تطبيق بعض أفكارتي وقناعاتي في مجال العمل.	3.918	.574	عالية	15
14	يمكنني عملي من تحسين أدائي وتنويعه.	3.909	.720	عالية	14
15	أشعر بتحقيق ذاتي من خلال عملي	3.918	.574	عالية	16
16	يتطلب عملي اكتساب خبرات جديدة.	3.819	.663	عالية	17
17	يحتاج عملي إلى كثير من الابتكار والإبداع.	3.685	.885	متوسطة	18
18	فرص الترقية في مجال عملي جيدة.	3.909	.720	عالية	19
19	فرص الترقية متاحة للجميع في مجال عملي.	3.918	.574	عالية	20

21	عالية	.699	3.828	تعتمد الترقية في مجال عملي على معايير تقييم محددة.	20
22	عالية	.711	3.945	تتوفر لي الفرصة في الترقى في الوقت المناسب.	21
24	عالية	.663	3.819	يقدر المسؤولون عملي ويحترمونه.	22
23	متوسطة	.885	3.685	يتسم الجو الذي أعمل فيه بالتعاون.	23
25	عالية	.720	3.909	تتسم علاقاتي برؤسائي بالتقدير والاحترام.	24
26	عالية	.663	3.819	يمكنني عملي من التشاور مع زملائي المديرين واتخاذ القرارات بصورة جماعية فيما تعترضنا من صعوبات.	25
27	متوسطة	.885	3.685	مرتبي مناسب للجهد الذي أبدله في العمل.	26
28	عالية	.720	3.909	عملي يحقق لي الاستقرار المادي.	27
30	عالية	.574	3.918	المكافآت المادية والامتيازات المرتبطة بعملية مرضية.	28
29	عالية	.663	3.819	يتناسب تدرج راتبي الذي أتقاضاه مع سنوات خبرتي في العمل.	29
31	متوسطة	.885	3.685	تتوفر لي المتطلبات المادية والبشرية اللازمة في العمل.	30
32	عالية	.720	3.909	أتلقي الدعم الكافي لإنجاز عملي.	31
33	عالية	.574	3.918	لدى من الصلاحيات ما يكفي لإنجاز عملي	32
34	عالية	.699	3.828	تتاح لي الفرصة للمشاركة مع رؤسائي في اتخاذ القرارات المتعلقة بعملية.	33
17	عالية	.711	3.945	أتلقي إشرافاً إدارياً كافياً من كوادر مؤهلة.	34
الدرجة الكلية					

نتائج اختبار أسئلة الدراسة

نتائج تحليل السؤال الأول: ما دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقيق

الرضا الوظيفي للعاملين فيها ؟

لاختبار هذا السؤال فقد تم استخدام اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression)

والجدول التالي رقم (9) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذا السؤال.

الجدول (9)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها

القرار الإحصائي	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	R ²	Sig.	المتغير المستقل
رفض الفرضية	1.96	7.590	.297	.000	أجهزة الحاسوب

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (9) أن قيمة T المحسوبة هي (7.590)

فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.96)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه

الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه للعلاقات العامة في

وكالة الأنباء الكويتية (كونا) دور في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها. وهذا ما تؤكد قيمة

الدلالة (Sig.) البالغة صفرًا إذ إنها أقل من 0.05.

نتائج تحليل السؤال الثاني: هل توجد علاقة بين دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية

(كونا) وتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

تمت الاجابة عن هذا السؤال على النحو الآتي:

1- متغير الجنس:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ، تبعا لمتغير الجنس، كما تم تطبيق اختبار (t-test) ويظهر الجدول (10) ذلك.

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعا لمتغير الجنس

المجال	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
العلاقات العامة	ذكر	13	3.40	0.46	-0.777	0.447
	إنثى	8	3.56	0.48		
	ذكر	13	3.60	0.28	-0.897	0.381
	إنثى	8	3.70	0.23		
	ذكر	13	3.74	0.44	-0.469	0.644
	إنثى	8	3.82	0.32		
	ذكر	13	4.55	0.54	2.329	0.031
	إنثى	8	4.08	0.22		
الدرجة الكلية	ذكر	13	3.73	0.30	-0.208	0.838
	إنثى	8	3.75	0.19		

تشير النتائج في الجدول (10) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

$(\alpha \leq 0.05)$ ، تبعا لمتغير الجنس، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (-0.208)،

وبمستوى دلالة (0.838) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جميع

المجالات إذ تراوحت قيم (ت) المحسوبة بين (2.329 و -0.469) وبمستوى دلالة بين (-0.644-

0.381).

2- متغير العمر:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ، تبعا لمتغير العمر، كما تم تطبيق اختبار (t-test) ويظهر الجدول (11) ذلك.

الجدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t-test)، تبعا لمتغير العمر

المجال	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
	من 30-39 سنة	4	3.40	0.54	-0.292	0.774
	40 سنة فأكثر	17	3.48	0.46		
	من 30-39 سنة	4	3.62	0.29	-0.185	0.855
	40 سنة فأكثر	17	3.64	0.26		
	من 30-39 سنة	4	3.81	0.53	0.212	0.834
	40 سنة فأكثر	17	3.76	0.37		
الدرجة الكلية	من 30-39 سنة	4	4.46	0.63	0.375	0.711
	40 سنة فأكثر	17	4.35	0.48		
	من 30-39 سنة	4	3.74	0.40	-0.011	0.992
	40 سنة فأكثر	17	3.74	0.23		

تشير النتائج في الجدول (11) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

$(\alpha \leq 0.05)$ ، تبعا لمتغير العمر، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (-0.011)، وبمستوى

دلالة (0.992) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جميع المجالات إذ

تراوحت قيم (ت) المحسوبة بين (0.375 و -0.185) وبمستوى دلالة بين (0.711 - 0.855).

3- متغير المؤهل العلمي:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ، تبعا لمتغير المؤهل العلمي ،

كما تم تطبيق اختبار (t-test) ويظهر الجدول (12) ذلك.

الجدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t-test)، تبعا لمتغير المؤهل العلمي

المجال	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
	بكالوريوس	16	3.50	0.48	0.668	0.512
	فوق البكالوريوس	5	3.34	0.42		
	بكالوريوس	16	3.65	0.29	0.363	0.720
	فوق البكالوريوس	5	3.60	0.13		
	بكالوريوس	16	3.84	0.39	1.582	0.130
	فوق البكالوريوس	5	3.53	0.32		
	بكالوريوس	16	4.43	0.48	0.892	0.383
	فوق البكالوريوس	5	4.20	0.55		
الدرجة الكلية	بكالوريوس	16	3.78	0.27	1.295	0.211
	فوق البكالوريوس	5	3.61	0.16		

تشير النتائج في الجدول (12) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

$(\alpha \leq 0.05)$ ، تبعا لمتغير المؤهل العلمي، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (1.295)

وبمستوى دلالة (0.211) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جميع

المجالات إذ كانت قيم ت المحسوبة بين (0.363 - 1.582) وبمستوى دلالة بين (0.720 -

0.130).

4- متغير الخبرة:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ، تبعا لمتغير الخبرة ، كما تم تطبيق

اختبار (t-test) ويظهر الجدول (13) ذلك.

الجدول (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t-test)، تبعا لمتغير الخبرة

المجال	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	
	من 30-39 سنة	7	3.70	0.45	1.759	0.095	
	40 سنة فأكثر	14	3.34	0.43			
	من 30-39 سنة	7	3.70	0.26	0.823	0.421	
	40 سنة فأكثر	14	3.60	0.26			
	من 30-39 سنة	7	3.94	0.40	1.433	0.168	
	40 سنة فأكثر	14	3.68	0.37			
	من 30-39 سنة	7	4.29	0.52	-0.563	0.580	
	40 سنة فأكثر	14	4.42	0.50			
	من 30-39 سنة	7	3.85	0.28	1.447	0.164	
	40 سنة فأكثر	14	3.68	0.23			
	الدرجة الكلية						

تشير النتائج في الجدول (13) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

 $(\alpha \leq 0.05)$ ، تبعا لمتغير الخبرة، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (1.447)

وبمستوى دلالة (0.164) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جميع

المجالات إذ تراوحت قيم (ت) المحسوبة بين (1.759 و -0.563) وبمستوى دلالة بين

(0.095 - 0.580).

نتائج تحليل السؤال الثالث: ما المعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها؟.

لاختبار هذا السؤال فقد تم استخدام اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression)

والجدول التالي رقم (14) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذا السؤال.

الجدول (14)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) للمعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها

القرار الإحصائي	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	R ²	Sig.	المتغير المستقل
رفض الفرضية العدمية	1.96	5.974	.342	.000	المعوقات

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (14) أن قيمة T المحسوبة هي

(5.974) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.96)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار

هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، وهذا ما تؤكد قيمة الدلالة

(Sig.) البالغة صفرًا إذ إنها أقل من 0.05.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يستعرض الباحث فيما يلي مناقشة النتائج وعرضاً لأبرز التوصيات وكما يلي:

أولاً: مناقشة النتائج:

مناقشة نتائج تحليل السؤال الأول: ما دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في

تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها ؟

اتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (9) أن قيمة T المحسوبة هي (7.590)

فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.96)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه

الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه للعلاقات العامة في

وكالة الأنباء الكويتية (كونا) دور في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها. وهذا ما تؤكدته قيمة

الدلالة (Sig.) البالغة صفراً إذ إنها أقل من 0.05.

ويمكن تفسير ذلك من خلال أن العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) لها

دور في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها، وذلك من خلال توسيع أنشطتها في المجتمع

وتوضيح سياساتها والحصول على ثقة المجتمع والاهتمام بالجمهور الداخلي للمؤسسة وقياس

اتجاهات الرأي العام وممارسة نشاط العلاقات العامة واجراء البحوث وممارسة وظائف

التخطيط وغيرها.

مناقشة نتائج تحليل السؤال الثاني: هل توجد علاقة بين دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء

الكويتية (كونا) وتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

تشير النتائج في الجدول (10) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

($\alpha \leq 0.05$) ، تبعا لمتغير الجنس، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (-0.208)،

وبمستوى دلالة (0.838) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة احصائية في جميع المجالات إذ تراوحت قيم (ت) المحسوبة بين (2.329 و -0.469) وبمستوى دلالة بين (-0.644-0.381).

وتشير النتائج في الجدول (11) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) ، تبعاً لمتغير العمر، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (-0.011)، وبمستوى دلالة (0.992) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة احصائية في جميع المجالات إذ تراوحت قيم (ت) المحسوبة بين (0.375 و -0.185) وبمستوى دلالة بين (-0.855-0.711).

وتشير النتائج في الجدول (12) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) ، تبعاً لمتغير المؤهل العلمي، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (1.295) وبمستوى دلالة (0.211) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة احصائية في جميع المجالات إذ كانت قيم ت المحسوبة بين (-1.582-0.363) وبمستوى دلالة بين (-0.720-0.130).

وتشير النتائج في الجدول (13) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) ، تبعاً لمتغير الخبرة، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة إذ بلغت (1.447) وبمستوى دلالة (0.164) للدرجة الكلية، وكذلك لم توجد فروق ذات دلالة احصائية في جميع المجالات إذ تراوحت قيم (ت) المحسوبة بين (1.759 و -0.563) وبمستوى دلالة بين (-0.580-0.095).

ويمكن تفسير ذلك من خلال أن أفراد العينة يدركون أنه توجد علاقة بين دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) وتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين، ولم يكن هناك فروق بين أفراد العينة تجاه ذلك.

مناقشة نتائج تحليل السؤال الثالث: ما المعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها؟.

اتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (14) أن قيمة T المحسوبة هي (5.974) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.96)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، وهذا ما تؤكد قيمة الدلالة (Sig.) البالغة صفرًا إذ إنها أقل من 5.

ويمكن تفسير ذلك من خلال أن هناك عدد من المعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها وهي: إن العاملين لا يتمتعون في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالأداء الجيد لممارسة أنشطة العلاقات العامة. في مجال الإعلام والعلاقات العامة لا يوجد العدد الكافي لممارسة أنشطة العلاقات العامة وتحقيق أهدافها. يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب نقص الدورات التدريبية. يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب نقص الحوافز الوظيفية. توجد مشكلات تواجه العاملين في تقويم أنشطة العلاقات العامة. يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب التجهيزات اللازمة لإنجاز الأعمال.

ثانياً: التوصيات:

في ضوء النتائج يوصي الباحث بما يلي:

- 1- ضرورة إعداد لائحة لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات وذلك تلافياً للإشكالات التي ربما تحدث نتيجة لجهل العاملين بأهداف وسياسة المؤسسة ككل .
- 2- نظراً لأهمية نشاط العلاقات العامة واتساع رقعته وعدم التزامه بوقت معين كنشاط مفتوح فمن الضروري تخصيص ميزانية مستقلة وفقاً لخطة العمل المرسومة مسبقاً , مع مراعاة الحالات الاستثنائية الطارئة ولا سيما في أوقات المنافسة والإعداد للحملات الإعلامية والإعلانية والمؤتمرات .
- 3- حيث أن نشاط العلاقات العامة نشاط غير عشوائي ومبرمج فمن الضروري الاهتمام بأساليب البحث العلمي والتخطيط والتنظيم بغية الوصول إلى الهدف وإحداث التأثير من خلال الدقة التي يوفرها البحث والتخطيط والدراسات في مجالات الجمهور والقضايا الآتية والابتعاد عن الارتجالية في عمل العلاقات العامة .
- 4- إعادة توجيه وتدريب العاملين في أقسام العلاقات العامة لكي يتعرفوا بدقة على التطورات الحاصلة في مهنة العلاقات العامة ويطبقوا مفاهيمها الأساسية في عملهم مع الجمهور وتحمل المسؤولية واتخاذ القرارات وتحمل الإدارات العليا المسؤولية الإدارية في ذلك.
- 5- نظراً لأهمية الجمهور الداخلي للمؤسسة وإدارة العلاقات العامة . لما له من أهمية انعكاسية على مجمل أنشطة المؤسسة وتنمية قدراتها . فمن الضروري الاهتمام بالموظفين والعاملين داخل المؤسسة من خلال الوظائف الثقافية والترفيهية بهدف تعميق الجانب العلمي والثقافي وخلق الرضا الوظيفي والنفسي مما يفسح المجال لإنتاج أفضل ينعكس إيجابياً على النشاط الخارجي والجمهور الخارجي للمؤسسة .

6- ضرورة الانتقال بأجهزة العلاقات العامة من التنفيذ الروتيني إلى الابتكار والإبداع والتجديد من خلال اعتمادها الأساليب الحديثة في مخاطبة الجمهور وإتباع أسلوب الاتصال الشخصي فضلاً عن التعاون والتنسيق مع المؤسسات العلمية واستشارة الخبراء .

7- إن الاهتمام باستطلاع آراء العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) أصبح من القضايا المهمة جداً والتي تسهم في ديمومة المؤسسة , فمن الضروري إجراء عمليات استطلاع رأي الجمهور وإجراء المقابلات معه وتوزيع الاستبيانات واستضافة مجموعة منه بشكل دوري للتعرف على آرائه وحاجاته وطريقة تفكيره لان إشراك الجمهور الداخلي بهذه العملية من شأنه إن يعطي قوة للمؤسسة في المجتمع .

المصادر:

المصادر باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- أبو إصبع، صالح خليل، (2006)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصر، ط5، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- ادوارد، ل بيرنز واخرون (1959). العلاقات العامة فن، ترجمة : وديع فلسطين وحسني خليفة، دار المعارف، مؤسسة فراكلين، القاهرة.
- إمام، ابراهيم (1968). فن العلاقات العامة والاعلام، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة.
- إمام، إبراهيم (1976). العلاقات العامة والمجتمع، ط3، القاهرة : مكتبة الانجلو مصرية.
- امام، ابراهيم (1981). العلاقات العامة والمجتمع، ط4، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة.
- الباز، علي (1985). العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام، دار الجامعات المصرية، الاسكندرية.
- بدوي، عصام (2001). موسوعة التنظيم والإدارة في التربية الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- الجبوري، عبد الكريم راضي (2001). العلاقات العامة فن وإبداع، بيروت : دار التيسير.
- الجوهر، محمد ناجي (1981). اجهزة العلاقات العامة في العراق (الأهداف والوظائف)، وزارة الثقافة والاعلام، دار الرشيد، العراق.
- عزت، محمد فريد (1983) وكالات الأنباء في العالم العربي جدة، مكتبة العلم.
- وزارة الإعلام الكويتية (1988) الكتاب السنوي، الكويت، إدارة البحوث والترجمة، الكويت.

- الجوهري، محمود محمد (1997). اتجاهات حديثة في العلاقات العامة، مكتبة الانجلو
مصرية، مصر.
- الجوهري، محمد (2006)، علم الاجتماع وقضايا التنمية في العالم الثالث، ط3، دار
المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- حجاب، محمد منير ووهبي، سحر محمد (1992). المداخل الاساسية للعلاقات العامة، دار
الفجر، القاهرة.
- حربي، محمد واخرون (1991). العلاقات العامة - المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة،
الموصل.
- خضر، جميل احمد (1998). العلاقات العامة، دار المسيرة، عمان.
- سليمان، عرفات عبد العزيز (1985). استراتيجية الإدارة في التعليم دراسة تحليلية
مقارنة. الطبعة الثانية، مكتبة الإنجلو، القاهرة.
- سميسم، حميدة (2000). الحرب النفسية - مدخل، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد.
- الشرمان، زياد محمد وعبد السلام، عبد الغفور (2001). مبادئ في العلاقات العامة، دار
الصفاء، عمان.
- شوميلي، جان وهوبسمان (1970). دني العلاقات العامة ترجمة : فريد انطونيوس، مطبعة
لبنان، بيروت.
- الصحن، محمد فريد (2000). الاعلان، الدار الجامعية، الاسكندرية.
- الصرايرة، محمد نجيب (2001). العلاقات العامة :الاسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية،
عمان.

- عاشور، أحمد صقر (1979). إدارة القوى العاملة، الأسس السلوكية وأدوات البحث التطبيقي. دار النهضة العربية، بيروت.
- عبد الحميد، محمد (2). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة.
- العبدلي، قحطان والعبدلي، بدر سمير عبد الرزاق (1996). الترويج والاعلان، ط3، مؤسسة زهران، الموصل.
- علاوي، محمد حسن، ورضوان (1988). القياس في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- علي، حسين محمد (1969). العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة.
- العويني، محمد علي (1990). الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة.
- عيسى، محمد طلعت (1963). العلاقات العامة والإعلام، أصولها وتطبيقاتها، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر.
- عيسى، محمد طلعت (1970). العلاقات العامة كأداة للتنمية، دار المعارف، مصر.
- المشعان، عويد سلطان (1993). دراسات في الفروق بين الجنسين في الرضا المهني. الطبعة الأولى، دار النشر والتوزيع، الكويت.
- المصري، أحمد محمد (2000) العلاقات العامة، جامعة القاهرة، مؤسسة شباب الجامعة.
- معلوف، لويس (1981). المنجد في اللغة والإعلام، ط5، دار المشرف، بيروت.
- مكاي، حسن عماد، (2006)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر.

– نشوان، يعقوب (1982). الإدارة والإشراف التربوي بين النظرية والتطبيق، دار الندوة، عمان.

– النشواني، صلاح (1983). الأفراد والسلوك التنظيمي، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية.

– نعمة، كاظم هاشم (1987). العلاقات الدولية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، كلية العلوم السياسية، بغداد.

– يوسف، محمود (1999). العلاقات العامة في الشركات المحولة الى نظام الخصصة، مكتبة فيروز المعادي، القاهرة.

ثانياً: الدوريات:

– آل ناجي، محمد والمحبيب، عبد الرحمن (د.ت). متغيرات الرضا الوظيفي وعلاقتها ببعض العوامل الشخصية لدى عينة من معلمي ومعلمات التعليم العام بمنطقة الإحساء بالمملكة العربية السعودية. المجلة التربوية جامعة الكويت، 29، 139-181.

– بدر، حامد (1983). الرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس والعاملين بكلية التجارة والاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الكويت - دراسة علمية تطبيقية، مجلة العلوم الاجتماعية، (3)، 61-136.

– عبد الخالق، ناصف (1982). الرضا الوظيفي وأثره على إنتاجية العمل. مجلة العلوم الاجتماعية، (3)، 72-105.

– الباحسين، سامي (2004). الرضا الوظيفي لمندوبي المبيعات في القطاع الخاص السعودي - دراسة ميدانية على منظمات القطاع الخاص للمنطقة الشرقية بالمملكة العربية

السعودية، دراسة ميدانية مقدمة للمؤتمر السنوي الخامس في الإدارة والإبداع والتجديد، شرم الشيخ، مصر.

- الفالح، نايف بن سليمان (2006). الرضا الوظيفي لمحضري المختبرات في المرحلتين المتوسطة والثانوية في مدينة الرياض، المجلة العلمية، جامعة الملك فيصل، مجلد6، عدد2، ص ص155-204.

- الباحسين، سامي (2004). الرضاء الوظيفي لمندوبي المبيعات في القطاع الخاص السعودي - دراسة ميدانية على منظمات القطاع الخاص للمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية، دراسة ميدانية مقدمة للمؤتمر السنوي الخامس في الإدارة والإبداع والتجديد، شرم الشيخ، مصر.

- الفالح، نايف بن سليمان (2006). الرضا الوظيفي لمحضري المختبرات في المرحلتين المتوسطة والثانوية في مدينة الرياض، المجلة العلمية، جامعة الملك فيصل، مجلد6، عدد2، ص ص155-204.

- العمري، خالد (1992). مستوى الرضا الوظيفي لمديري المدارس في الأردن وعلاقته ببعض، خصائصهم الشخصية والوظيفية. مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، 7، 13-36.

- العمري، خالد (1992). مستوى الرضا الوظيفي لمديري المدارس في الأردن وعلاقته ببعض، خصائصهم الشخصية والوظيفية. مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، 7.

- كامل، مصطفى، والبكري، سونيا (1990). دراسة تحليلية للرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس بجامعة القاهرة. مجلة الإدارة، 23 (1)، 65-81.

ثالثاً: الأطاريح والرسائل:

- الفالح، نايف بن سليمان (2001) الثقافة التنظيمية وعلاقتها بالرضا الوظيفي بالأجهزة الأمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- خلف، حذيفة (2009) مؤسسات المجتمع المدني ودورها في إنجاز وظائف العلاقات العامة دراسة مسحية لواقع العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني في العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، العراق.
- صالح، امتياز (2008). تطوير أنموذج مقترح لدور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية لطلبة المرحلة الثانوية في الأردن، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- العديلي، ناصر محمد (1981). الرضا الوظيفي دراسة ميدانية لاتجاهات ومواقف موظفي الأجهزة الحكومية في الرياض بالمملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير غير منشورة، مترجمة للعربية، جامعة ولاية كاليفورنيا: همبولدت.
- يوسف، محمد الحسن (2007). التحفيز وأثره في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في منشآت القطاع الصناعي بالمدينة الصناعية بمكة المكرمة، أطروحة ماجستير إدارة الأعمال، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، متوفر على: www.abahe.co.uk
- المدلج، عبد الله بن عبد المحسن (2003). "قياس مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين الفنيين في الخدمات الطبية للقوات المسلحة - دراسة ميدانية على مستشفى القوات المسلحة بالرياض"، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

- الشهري، علي بن يحيى (2004). الرضا الوظيفي وعلاقته بالإنتاجية: دراسة تطبيقية لموظفي جمارك منطقة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- خوام، حبيب (2004). الرضا الوظيفي لدى العاملين وآثاره على الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على شبكة الجزيرة الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، متوفر على: www.abahe.co.uk
- يوسف، محمد الحسن (2007). التحفيز وأثره في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في منشآت القطاع الصناعي بالمدينة الصناعية بمكة المكرمة، أطروحة ماجستير إدارة الأعمال، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، متوفر على: www.abahe.co.uk
- المدلج، عبد الله بن عبد المحسن (2003). "قياس مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين الفنيين في الخدمات الطبية للقوات المسلحة - دراسة ميدانية على مستشفى القوات المسلحة بالرياض"، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الشهري، علي بن يحيى (2004). الرضا الوظيفي وعلاقته بالإنتاجية: دراسة تطبيقية لموظفي جمارك منطقة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- خوام، حبيب (2004). الرضا الوظيفي لدى العاملين وآثاره على الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على شبكة الجزيرة الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، متوفر على: www.abahe.co.uk
- عودة، نافع محمد أسمر (1992). علاقة السلوك القيادي لمدير المدرسة بالرضا الوظيفي لمعلمي المرحلة الثانوية في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، إربد.

– ياسين، فاطمة علي (1990). الرضا الوظيفي لدى مديري المدارس الثانوية لمحافظة عمان الكبرى. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

المصادر باللغة الإنجليزية:

- James, Roas, (2002). *The Effect of Mass Communication on Political Behaviors and Attitudes for Adolescent*, Educational Review, 16(11).
- Sanders, D. & Morrison-Shetlar, A. (2001). Student Attitudes toward Web-Enhanced Instruction in an Course, Journal of Research on Computing in Education, 33 (3), 251-263.
- Sherman, R.; End, C.; Kraan, E.; Cole, A.; Campbell, J.; Birchmeier, Z. & Klausner, J. (2000). The Gender Gap Among College Students: Forgotten But Not Gone?. *Cyber Psychology & Behavior*, 3 (5), 885-894.

الملحق (1)

استبانة الدراسة بصورتها النهائية

الدكتور/ الدكتورة المحترم (ة)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية
"كونا" في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين فيها: دراسة تطبيقية " لاستكمال متطلبات الحصول
على درجة الماجستير في الإعلام.

أرجو الإجابة على فقرات الاستبانة بحسب ما ترونه مناسباً علماً بأن البيانات التي سيتم
الحصول عليها ستعامل بسرية ولإغراض البحث العلمي، علماً بأن الاستجابة على الفقرات
ستكون بدرجة (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة).

شاكراً تعاونكم وجهودكم المبذولة جزاكم الله خيراً

الباحث

محمد وسمي الشمري

القسم الأول: المعلومات العامة

يرجى وضع إشارة (✓) في مربع الإجابة التي تراها مناسبة:

1- النوع:

أنثى

ذكر

2- العمر:

من 30-39 سنة

أقل من 30 سنة

40 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي:

بكالوريوس

دبلوم متوسط

دكتوراه

ماجستير

4- عدد سنوات الخبرة:

5 سنوات إلى أقل من 9 سنوات

أقل من 5 سنوات

10 سنوات فأكثر

الجزء الثاني: فقرات الاستبانة

وضع إشارة (√) أمام كل عبارة لبيان مدى انطباقها عليك وفق درجات المقياس إلى

يسار الصفحة.

العلاقات العامة

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الأهداف:						
1.	تهدف وكالة الأنباء الكويتية كونا إلى توسيع أنشطتها للمجتمع.					
2.	تهدف وكالة الأنباء الكويتية كونا إلى توضيح سياستها للمجتمع.					
3.	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على الحصول على رضا المجتمع لما تقوم به من أعمال.					
4.	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على الحصول على ثقة المجتمع لما تقوم به من أعمال.					
5.	تقوم وكالة الأنباء الكويتية كونا بالاهتمام بالجمهور الداخلي للمؤسسة.					
6.	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على قياس اتجاهات الرأي العام عنها.					
7.	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على معرفة اتجاهات الرأي العام عنها.					
8.	تسعى وكالة الأنباء الكويتية كونا للحفاظ على سمعتها وتصحيح سوء الفهم و النقد الموجه لها.					
9.	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كونا على تكوين صورة ذهنية جيدة عن مؤسسات المجتمع المدني.					
10.	تسعى وكالة الأنباء الكويتية كونا للتعريف بوجود المؤسسة و أهميتها في المجتمع.					

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11.	تقوم وكالة الأنباء الكويتية كونا بالعمل على نشر ثقافة المجتمع المدني.					
ممارسة نشاط العلاقات العامة:						
12.	توجد أهمية لممارسة نشاط العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية كونا .					
13.	يقوم العاملون في العلاقات العامة والإعلام بممارسة أنشطة ليست من ضمن اختصاصهم.					
14.	يقوم غير العاملين في مجال الإعلام والعلاقات العامة بممارسة أنشطة ضمن اختصاص العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية كونا.					
وظائف العلاقات العامة :						
15.	يمارس العاملون وظيفة البحث العلمي لأنشطة العلاقات العامة والإعلام.					
16.	توجد أهمية لإجراء بحوث لأنشطة العلاقات العامة والإعلام.					
17.	يقوم المركز بتطوير الأجهزة والمعدات كلما دعت الحاجة وفي ضوء ما يستجد من أجهزة وأدوات.					
18.	يستخدم البحث العلمي في تخطيط نشاط العلاقات العامة .					
19.	يؤدي عدم وجود موارد مالية كافية للقيام بالبحث العلمي لعدم القيام بالبحث العلمي.					
20.	إن حالة عدم ممارسة وظيفة التخطيط بسبب قلة المخصصات المالية اللازمة لإجراء التخطيط.					
21.	إن حالة عدم ممارسة وظيفة التخطيط بسبب أن العمل اليومي متعارف عليه ولا يحتاج إلى التخطيط .					

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	الرقم
					إن حالة عدم ممارسة وظيفة التخطيط بسبب أن العلاقات العامة متغيرة ولا يمكن التنبؤ بها.	22.
					يقوم المركز بتحديث محتويات المكتبة بما يتناسب مع التطورات في مجال الإعلام.	23.
وظيفة الاتصال :						
					توجد أهمية للاتصال لنشاط العلاقات العامة.	24.
					يقوم العاملون في العلاقات العامة والإعلام بالاتصال بالجمهور.	25.
					إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب عدم المعرفة بفنون الاتصال.	26.
					إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب عدم وجود كادر متخصص له خبرة في مجال التعامل مع الوسائل الإعلامية .	27.
					إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب عدم تقدير الإدارة العليا لأهمية الاتصال بال جماهير.	28.
					إن عدم الاعتماد على وظيفة الاتصال يكون بسبب الاعتماد على جهة استشارية خارجية تقوم بالاتصال بال جماهير.	29.
وظيفة التنسيق :						
					يمارس العاملون في العلاقات العامة والإعلام وظيفة التنسيق مع بقية العاملين في الوكالة.	30.
					إن عدم اعتماد العاملين في العلاقات العامة والإعلام على التنسيق يكون بسبب كل قسم في الوكالة يقوم بواجبه دون الحاجة إلى تنسيق هذه الواجبات.	31.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
32.	إن عدم اعتماد العاملين في العلاقات العامة والإعلام على التنسيق يكون بسبب عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية التنسيق.					
33.	إن عدم اعتماد العاملين في العلاقات العامة والإعلام على التنسيق يكون بسبب وجود جهة أخرى تقوم بعملية التنسيق بين أقسام الوكالة.					
المشاكل والمعوقات:						
34.	إن العاملين لا يتمتعون في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالأداء الجيد لممارسة أنشطة العلاقات العامة.					
35.	في مجال الإعلام والعلاقات العامة لا يوجد العدد الكافي لممارسة أنشطة العلاقات العامة وتحقيق أهدافها.					
36.	يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب نقص الدورات التدريبية.					
37.	يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب نقص الحوافز الوظيفية.					
38.	توجد مشكلات تواجه العاملين في تقييم أنشطة العلاقات العامة.					
39.	يواجه العاملون في الوكالة صعوبات في مجال العلاقات العامة والإعلام بسبب التجهيزات اللازمة لإنجاز الأعمال.					

يرجى وضع إشارة (√) أمام كل عبارة لبيان مدى انطباقها عليك وفق درجات المقياس

إلى يسار الصفحة.

الرضا الوظيفي:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	فترة الدوام كافية لإنجاز مهام عملي.					
2.	ساعات العمل اليومية بالنسبة لي غير مرهقة.					
3.	توزيع العمل بيني وبين زملائي عادل.					
4.	طبيعة العمل تتناسب مع قدراتي الشخصية.					
5.	يقدر المجتمع المحلي وظيفتي.					
6.	اجد تعاوناً من أولياء الأمور في خدمة أهداف الوكالة.					
7.	فرص النمو المهني بالنسبة لي (كالإفادات والدورات التدريبية المتخصصة) متوفرة.					
8.	تتاح لي فرصة القيام بالأعمال التي أتقنها.					
9.	طبيعة العمل تتناسب مع مؤهلي الدراسي.					
10.	القيام بعملتي يحقق لي شعوراً بالإنجاز.					
11.	يتيح لي عملي تنمية قدراتي.					
12.	قيامتي بعملتي الحالي يلبي طموحات كبيرة بالنسبة لي.					
13.	أتمكن من تطبيق بعض أفكارتي وقناعاتي في مجال العمل.					
14.	يمكنني عملي من تحسين أدائي وتثويحه.					
15.	أشعر بتحقيق ذاتي من خلال عملي					
16.	يتطلب عملي اكتساب خبرات جديدة.					
17.	يحتاج عملي إلى كثير من الابتكار والإبداع.					

					18. فرص الترقية في مجال عملي جيدة.
					19. فرص الترقية متاحة للجميع في مجال عملي.
					20. تعتمد الترقية في مجال عملي على معايير تقييم محددة.
					21. تتوفر لي الفرصة في الترقى في الوقت المناسب.
					22. يقدر المسؤولون عملي ويحترمونه.
					23. يتسم الجو الذي أعمل فيه بالتعاون.
					24. تتسم علاقاتي برؤسائي بالتقدير والاحترام.
					25. يمكنني عملي من التشاور مع زملائي المديرين واتخاذ القرارات بصورة جماعية فيما تعترضنا من صعوبات.
					26. مرتبي مناسب للجهد الذي أبدله في العمل.
					27. عملي يحقق لي الاستقرار المادي.
					28. المكافآت المادية والامتيازات المرتبطة بعملية مرضية.
					29. يتناسب تدرج راتبي الذي أتقاضاه مع سنوات خبرتي في العمل.
					30. تتوفر لي المتطلبات المادية والبشرية اللازمة في العمل.
					31. أتلقى الدعم الكافي لإنجاز عملي.
					32. لدى من الصلاحيات ما يكفي لإنجاز عملي
					33. تتاح لي الفرصة للمشاركة مع رؤسائي في اتخاذ القرارات المتعلقة بعملية.
					34. أتلقى إشرافاً إدارياً كافياً من كوادر مؤهلة.

الملحق (2)

قائمة أسماء المحكمين

الاسم	الجهة التي يعمل
الدكتور رائد البياتي	كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط
الدكتور خزيم الخالدي	كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط
الدكتور صباح ياسين	كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط
الدكتور كامل خورشيد مراد	كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط
الدكتور فايز عبد الرحمن السلام	كلية العلوم الإدارية (إحصاء) - جامعة الكويت

ملحق (3)

كتاب تسهيل المهمة

Kuwait News Agency (KUNA)



وكالة الأنباء الكويتية (كونا)

التاريخ : 2013/4/29

عناية الاستاذ الدكتور / حميدة سميسم الموقر

عميد كلية الاعلام

جامعة الشرق الأوسط - المملكة الأردنية الهاشمية

الموضوع : تطبيق الاستبانة الخاصة بالعلاقات العامة للطلاب / محمد وسمي الشمري

تهدي وكالة الأنباء الكويتية (كونا) اطيب التحيات مع التمنيات لكم و لجميع العاملين معكم بدوام الصحة و العافية .

نفيدكم بأن الطالب / محمد وسمي الشمري و المسجل في جامعة الشرق الأوسط - كلية الاعلام قد تقدم لنا باستبيان حول دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) يوم الأحد الموافق 2013/4/28

هذا للعلم ... راجين له و لكم دوام التوفيق و السداد .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام ،،،

مدير ادارة التسويق و العلاقات العامة بالإنابة

سهيلة السجاري

