

Public Relations and Its Roles in Achieving Job Satisfaction in Awqaf Diwans: A Field Study.

العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي في دواوين الاوقاف: دراسة ميدانية.

Asst.lect. Ahmed khairi Ahmed^{*1},
Al Iraqia University - College of Media^{*1}

م.م. أحمد خيرى أحمد^{*1},
الجامعة العراقية - كلية الإعلام^{*1},

ABSTRACT

The research addressed the importance of job satisfaction and the role of public relations in achieving it within the endowment offices. It relied on a field survey methodology through a purposive sample of 116 individuals working in various media outlets at the headquarters of the Sunni Endowment Office. The study reached several key findings, most notably that the level of job satisfaction among public relations practitioners is not merely a feeling of comfort with the job, but rather reflects employees' connection to their institutions and their sense of achievement. They also feel proud when performing tasks with high quality and dedication. Public relations performance is considered a major factor in improving the work environment and increasing productivity. It plays a vital role in developing programs aimed at enhancing communication channels between employees and management, as well as offering workshops.

الخلاصة

تناول البحث عن أهمية الرضا الوظيفي ودور العلاقات العامة في تحقيقه بدواوين الاوقاف، واعتمد الباحث على استخدام المنهج المسح الميداني باستخدام اداة استمارة الاستبيان على عينة من (١١٦) مبحوث من العاملين في وسائل الاعلام المختلفة لديوان الوقف السني في بغداد وبالاغتماد على العينة القصدية، وقد توصل البحث الى عدد من النتائج منها أن درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم يتمثل في أنه ليس مجرد شعور بالارتياح تجاه الوظيفة، بل يعكس ارتباط الأفراد بمؤسساتهم وإحساسهم بالإنجاز والمساهمة الفعالة، ويشعر ممارسي العلاقات العامة بالفخر عند إنجاز الأعمال بجودة عالية وتفانٍ، كما ان مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي يُعَدُّ من العوامل الرئيسية التي تساهم في تحسين بيئة العمل وزيادة الإنتاجية، ودورها الحيوي في تطوير برامج تهدف إلى تحسين قنوات الاتصال بين الموظفين والإدارة، وكذلك تقديم ورش عمل وبرامج تدريبية تساعدهم على تطوير المهارات والكفاءة .

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة، تحقيق الرضا الوظيفي، دواوين الاوقاف

Keywords:

Public Relations, Achieving Job Satisfaction, Waqf Authorities or Waqf Offices

Received

استلام البحث

2/5/2025

Accepted

قبول النشر

22 /7/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/9/2025

المقدمة:

تعد العلاقات العامة أداة معرفية ووظيفة اتصالية ذات طابع مهم في مجالات الحياة كافة فهي النافذة التي نصل من خلالها إلى مرتكزات الحقيقة لما تؤديه من دوراً محورياً في تحقيق الرضا الوظيفي داخل المؤسسات الحكومية، إذ تعمل على تحسين بيئة العمل وتعزيز التواصل الداخلي وتحقيق التوازن بين احتياجات الموظفين وأهداف المؤسسة وكذلك تحقيق مصالح جمهورها الداخلي.

يعتبر الجمهور الداخلي في المؤسسة مهم جداً لكونه نقطة البدء لأنشطة العلاقات العامة المهمة في المؤسسة لكونه هو الذي يقوم بتقديم الخدمات وإنتاج السلع ويساعد في تحقيق الأهداف وإيصالها إلى الجمهور كما يساعد على تعزيز العلاقة بين المؤسسة والجمهور الخارجي.

فيما تحتل العلاقات العامة مرتبة عالية في النظم الإدارية الحديثة بشكل عام وفي المؤسسات الحكومية وغير الحكومية بشكل خاص وتسد إليها أدواراً حيوية تتعلق بإبراز الصورة المشرقة للمؤسسات وما تقدمه من خدمات لمجتمعنا، فضلاً عن تشكيلها حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها، فنجاح المؤسسة سواء أكانت حكومية أم أهلية لا يتوقف على ما تحقّقه من انجاز إذا لم تتمكن من إبراز هذا الانجاز إلى الفئات المستهدفة من الجمهور والمتعاملين معها، عن طريق عرض الخدمات المقدمة وبرامج التطوير وهذه المهمة تقع على عاتق ممارسي العلاقات العامة بما لديهم من خبرات متميزة وما يتوفر لهم من إمكانيات.

وقام الباحث باختيار موضوع البحث لقياس العلاقات العامة ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي من خلال التعرف على طبيعة الأنشطة التي تقوم بها اتجاه العاملين في دواوين الاوقاف والمشكلات والتحديات والعوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على عملها .

ويقسم البحث الى ثلاثة مباحث بدءاً من المبحث الاول منهجية البحث العلمي ثم الاطار النظري في المبحث الثاني، كما تناول المبحث الثالث عرض و تحليل النتائج والاستنتاجات والتوصيات التي خرج بها الباحث .

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:-

تعرف مشكلة البحث (بأنها عبارة عن موقف غامض أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى دراسة علمية، للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الاطار العلمي الصحيح)^(١).

يعد الرضا الوظيفي من اهم الطرائق التي تعتمد عليها المؤسسات الحكومية في معرفة سلامة العمل وأساليب التنظيم المتبعة في الداخل، لأن مستوى جودة الإنتاج أو نسب العمل المنجز من حيث الجودة يتأثر بتحقيق الرضا الوظيفي في المؤسسات أو الوزارات أو الشركات وحتى على مستوى الدائرة الصغيرة.

(١) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، (مصر: عالم الكتب، ٢٠٠٠م) ص ٦٩-٧٠.

ويتأثر الرضا الوظيفي في المؤسسات الحكومية بعوامل عدة قد تكون داخل المؤسسة أو خارجها وقد تكون من القوانين أو التعليمات الواجب الالتزام بها داخل المؤسسة، أو الحوافز أو الاتصال بين ادارة المؤسسة والعاملين التي تؤثر بشكل حقيقي عليهم وعلى أداء وظائفهم. تكمن مشكلة البحث في قياس مدى تحقيق العلاقات العامة وادوارها للرضا الوظيفي في دواوين الاوقاف - ديوان الوقف السني إنموذجا، من خلال رصد الواقع العلمي المطبق من ممارسي العلاقات العامة في هذه الأجهزة وكل الأسباب التي تؤثر على فاعليتها والصعوبات التي تواجههم ومعرفتها وبيان العوامل المؤثرة في تحسين ذلك.

ثانياً: تساؤلات البحث:-

١. ما دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في ديوان الوقف السني؟
٢. ما العوامل الداخلية التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في ديوان الوقف السني؟
٣. ما العوامل الخارجية التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في ديوان الوقف السني؟
٤. ما درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في ديوان الوقف السني؟
٥. إلى أي مدى يتأثر الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة بالعوامل الديمغرافية للأفراد في ديوان الوقف السني؟
٦. ما درجة الرضا الوظيفي لدى ممارس العلاقات العامة عن بيئة العمل؟
٧. ما المعوقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة أمام تحقيق الرضا الوظيفي؟
٨. ما مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي؟

ثانياً: أهمية البحث:-

يعد البحث مهم لكونه يقدم معلومات دقيقة حول طبيعة عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من خلال الإدارات والأفراد والرضا الوظيفي لديهم، التي تشملها وظائف العلاقات العامة في ظل التطور المتسارع في إدارة المؤسسات وأهمية النظر إلى الأفراد كونهم عاملين لهم احتياجات وظيفية تسعى العلاقات العامة إلى توفير متطلباتها، لتحقيق أعلى المستويات في الرضا الوظيفي مما يؤدي إلى رفع كفاية العمل والاحساس بالمسؤولية تجاه المؤسسة وفي تقوية قنوات الاتصال بين الإدارة والموظفين، مما يؤدي إلى فهم أفضل للسياسات والإجراءات ودورها في تحسين سمعة المؤسسة مما يعزز ثقة الجمهور بها ولا سيما دور العلاقات العامة في دواوين الأوقاف الدينية.

ثالثاً: أهداف البحث:-

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:-

- ١- معرفة العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الحكومية.
- ٢- معرفة دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الحكومية.
- ٣- تشخيص الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
- ٤- التعرف على المعوقات التي تقف أمام تحقيق الرضا الوظيفي.
- ٥- تشخيص مستوى الرضا الوظيفي للعاملين عن المؤسسة.
- ٦- معرفة درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظائفهم.

رابعاً: مجالات البحث:-

حدد الباحث مجالات البحث بثلاث حدود على النحو التالي

الحدود البشرية:- يشمل على العاملين في مجال العلاقات العامة والاعلام للذكور والاناث في ديوان الوقف السني.

الحدود المكانية:- تم اختيار تطبيق البحث في ديوان الوقف السني - بغداد

الحدود الزمانية:- تم إجراء البحث من تاريخ (٥ / ٣ / ٢٠٢٥ م لغاية ٢٥ / ٣ / ٢٠٢٥ م) وهي المدة التي تم فيها جمع البيانات من المبحوثين.

خامساً : نوع البحث ومنهجيته :-

استخدم الباحث منهج المسح الميداني في الحصول على المعلومات والبيانات من ممارسي العلاقات العامة والاعلام ودورها بتحقيق الرضا الوظيفي في ديوان الوقف السني من خلال الوصول الى النتائج الحقيقية التي تفسر المعلومات والحقائق على وفق منهج علمي سليم .

سادساً: مجتمع البحث وعينته:-

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية ، إذ يستند الأسلوب الوصفي إلى دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً ، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة لنا ويوضح خصائصها ، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى.^(١)

تعرف العينة بأنها (ذلك الجزء من المجتمع والتي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً)^(٢).

ويلجأ الباحث إلى طريقة العينة عندما يكون من الصعب اختيار جميع أفراد المجتمع محل الدراسة^(٣).

وفي هذا البحث تم اختيار عدد من العاملين في مجال الاعلام والعلاقات العامة في وسائل الاعلام المختلفة لديوان الوقف السني في بغداد بقصد التقصي عن المعلومات الخاصة بالدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي ، فعليه اعتمد الباحث باستهداف العاملين استنادا على المعلومات التي تم الحصول عليها ويرغب الباحث في تعميم النتائج عليه وتم اختيار العينة منها .

حيث يمثل مجتمع البحث عدد من الافراد العاملين في مجال الاعلام والعلاقات العامة في ديوان الوقف السني واعتمد الباحث في اعتماد العينة القصدية من هذا المجتمع والتي بلغت (١١٦) مبحوثاً .

سابعاً: الصدق والثبات :

أ-الصدق الظاهري: (Face Validity): تم عرض استمارة العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في دواوين الأوقاف على (5) محكمين^(*) في تخصص الإعلام

(١) ذوقان عبيدان ، وآخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ١٩٨٨م)، ص ١٨٣.

(٢) محمد ازهر السماك وآخرون، اصول البحث العلمي، ط ٢، (الموصل: مطبعة صلاح الدين، ١٩٨٦م)، ص ٥٠.

(٣) محمد الصاوي محمد مبارك ، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته،(القاهرة: المكتبة الاكاديمية، ١٩٩٢م)، ص ٤٠.

(*) ١. أ.د. صباح أنور محمد ٢. أ.د. هيثم عكاب عطية ٣. أ.م.د. حردان هادي صايل

٤. أ.م.د. نهلة نجاح ٥. أ.م.د. صباح عواد محمد

لإبداء آرائهم حول ملائمة استمارة الاستبيان لأهداف البحث، حيث تم التعديل والحذف والإضافة وفقاً لآرائهم حتى أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية، وحظيت بموافقة الخبراء بنسبة (٨٠%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحية الأسئلة الخاصة باستمارة الاستبيان.

ب- الثبات: (Reliability):-

تم حساب الثبات لعبارة استبيان العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في دواوين الأوقاف بطريقة ألفا كرونباخ وكانت قيمة الثبات (0.992). وهو مؤشر على أن معامل الثبات يمتلك درجة عالية من الثبات معتمدة احصائياً وتخدم أهداف البحث

ثامناً: إجراءات البحث وادوات جمع البيانات :

اعتمد الباحث على أداة استمارة الاستبيان للحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة وقسم الباحث الاداة الى سبع محاور وضم المحور الاول المعلومات الديمغرافية للمبحوثين فيما ضمت المحاور الاخرى باستخدام المقياس الثلاثي للكشف عن استجابات المبحوثين .

تاسعاً: مصطلحات البحث:-

العلاقات العامة:- عرفها (جريز و ولد) بأنها الوظيفة التي تؤديها الإدارة لتقويم الاتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المؤسسة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا الجمهور وتفاهمه^(١).

اما إجرائياً:- الجهود الوظيفية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة لإيصال رسالة المؤسسة إلى الجمهور الداخلي لتحقيق اهدافها وتعزيز الثقة بينها وبين جمهورها، مما يساعد على إقامة سمعة جيدة وعلاقات رصينة بين المؤسسة والعاملين فيها.

أدوار: هي مجموعة من أنماط السلوك المتوقع من الفرد أو المؤسسة^(٢).

اما إجرائياً: الجهود المبذولة التي تقوم بها العلاقات العامة للقيام بجميع الوظائف والمهام المحدد لرفع مستوى الرضا الوظيفي للعاملين داخل المؤسسة.

الرضا الوظيفي:- الحالة التي يتكامل فيها الفرد مع عمله ووظيفته ويتفاعل معه بواسطة طموحه الوظيفي ورغبته في التطور والتقدم وتحقيق أهدافه الاجتماعية من خلال هذه الوظيفة^(٣).

العوامل المؤثرة إجرائياً:-

يقصد بها الباحث جميع العوامل والمؤثرات الداخلية والخارجية التي ترتبط بالبيئة المحيطة للفرد أو المؤسسة أو الدولة وغيرها، التي يعتبرها القائمين على العلاقات العامة تؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على الرضا الوظيفي بصرف النظر عن كونها تشمل على الجوانب الاجتماعية أو المكانية أو التنظيمية أو الزمانية.

اما التعريف الاجرائي لدواوين الاوقاف: هي مجموعة من المؤسسات الدينية التي ترتبط بشكل مباشر بمجلس الوزراء والتي تعنى بإدارة وتنظيم شؤون الاوقاف والممتلكات التابعة لها وفقاً للأحكام الشرعية والقانونية في المجتمع .

(١) علي عوجة، العلاقات العامة في المنشآت المالية، (القاهرة: عالم الكتاب، ١٩٨٣م)، ص ٤.

(٢) صالح خليل أبو اصبع، العلاقات العامة والاتصال الانساني، (عمان: دار الشروق، ٢٠٠٨م)، ص ٢٠.

(٣) سلطان محمد، السلوك الانساني في المنظمات، (الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٤م)، ص ١٩٦.

المبحث الثاني: العلاقات العامة والرضا الوظيفي

أولاً: مفهوم العلاقات العامة

يتركز مفهوم العلاقات العامة على أساس علمي هي إن الفرد كائن اجتماعي بطبعه يتواصل مع الآخرين فالإنسان لا يستطيع اشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين، ولا تقتصر ممارسة العلاقات العامة الحديثة على نشاطها بين منظمة ومؤسسة من جهة وجمهورها من جهة أخرى، بل هي فلسفة اجتماعية تهدف إلى معالجة مشكلات الفرد التي اخذت تزداد وتتشابك في المجتمع ينمو نمواً سريعاً وهائلاً وتتداخل مصالح وحاجات أعضائه إلى حد التعقيد فجاءت العلاقات العامة لتساعد في حل هذه المشكلات ومن الممكن أداء دور استراتيجي عام في فن الإدارة من حيث تنظيم العلاقات بين المؤسسات والشركات والمنظمات من جهة وبين الأفراد الذين قد يكون دعمهم لهذه المؤسسات جوهرياً وحاسماً في تحقيق الأهداف.

وان المفهوم الحديث للعلاقات العامة الذي يركز عليه الباحثون هو الذي يهتم المؤسسة او المنظمة، والخاص بإقامة تفاهم متبادل بينها ، وبين الجمهور خارج المؤسسة او داخلها، اذ ان كسب الجمهور داخل المؤسسة حري بان يساعد المؤسسة على تحقيق اهدافها، الامر الذي يؤدي الى تقوية علاقاتها بالجمهور^(١).

وتطور جمهور العلاقات العامة ، فاصبح يشمل جميع العاملين داخل التنظيمات، والهيئات والمؤسسات، ويشمل ايضا الجماهير بصفة عامة في الجميع^(٢). وبهذا اصبحت العلاقات وظيفة من وظائف الادارة الحديثة يشارك في مسؤوليتها مدير والعلاقات العامة، او مدير والانتاج والهندسة الصناعة والمالية والتسويق^(٣).

ويمكن الوقوف على مفهوم العلاقات العامة من واقع التعاريف العديدة التي اوردها الباحثون في ميدان العلاقات العامة أو الهيئات والمنظمات المعنية فقد عرفها المعهد البريطاني على أنها جهود مخططة ومستمرة تهدف الى إيجاد التفاهم إقامة الصلات المتينة بين المؤسسات وأفرادها أو أي مجموعة من المجموعات أو المؤسسات لينتج إقامة سمعة طيبة وعلاقات مستمرة عن هذا التفاهم^(٤) ، وعرفها ديون أنها وظيفة الادارة التي تستخدم الاتصال الثنائي لدمج حاجات واهتمامات ومصالح مؤسسة أو فرد مع حاجات واهتمامات ومصالح جماهير مختلفة يجب أن تتصل بهم أو ترتبط بهم تلك المؤسسة أو الفرد^(٥).

ثانياً: أهداف العلاقات العامة ووظائفها

تستطيع أجهزة العلاقات العامة أن تحدد لنفسها جملة من الأهداف تساعد فيها المجتمع على مواجهة التحديات الاقتصادية والسياسية والإدارية والاجتماعية، ومن المعروف أن العلاقات العامة تسعى إلى إقامة علاقات طيبة مبنية على الثقة المتبادلة بين المؤسسات والعاملين فيها من جهة، وبينها وبين المتعاملين معها من جهة ثانية والعمل بشكل مستمر لتوازن هذه العلاقات

(١) سعاد راغب الخطيب، المدخل الى العلاقات العامة، (عمان: دار النشر المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ٢٠٠٠م)، ص ٢٤.

(٢) احمد كمال، العلاقات، ط ٣، (القاهرة: ملتزم الطبع النشر مكتبة الاتجل المصرية ١٩٧٥م)، ص ١٧.

(٣) عدان ابو عمشة، العلاقات العامة ، (دمشق: سلسلة ابحاث ودراسات تصدر عن مركز تطوير الادارة الانتاجية، ١٩٨٣م)، ص ١٢.

(٤) بسام عبدالرحمن الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، (عمان: دار اسامة للنشر، ٢٠١٢م)، ص ٣٤.

(٥) محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيقات رؤية معاصرة، (دبي: دار القلم للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م)، ص ١٩.

وتخدم الطرفين، وعلى الرغم من أن الأهداف يمكن أن تكون متباينة حسب طبيعة المؤسسة أو المجتمع ووسائلها وأساليب تطبيقها^(١).

فيما أتفق المختصون والخبراء في العلاقات العامة على أن الهدف الأساس للعلاقات العامة يتركز على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أمام الجمهور الداخلي أي العاملين داخل المؤسسة وأمام الجمهور الخارجي، والحفاظ على تواصل جيد بين الأطراف المعنية داخل المؤسسة أو الجمهور الداخلي أو الخارجي أو مساهمين أو الإدارة وزيادة الكفاءة في أداء المؤسسة، وتعظيم القيم المضافة التي تعمل من أجلها سواء كانت خدمية أو ربحية أو غير ربحية^(٢)، ليس من العبرة أن تجد تنظيماً للعلاقات العامة بل العبرة بنتائج عملها ومدى قيامها بمسؤولياتها في إطار ذلك التنظيم، إضافة إلى كيفية تأدية العلاقات العامة أو تنظيمها للعمل ويحقق أهدافه المقصودة لإيجاد علاقات متينة بين المؤسسة وجمهورها، ولن يتم ذلك إلا من خلال وظائفها التي حددها الباحثون وهي البحث والتخطيط والاتصال والتقييم والتنسيق والتقييم^(٣).

ثالثاً: مفهوم وأهمية الرضا الوظيفي

يمثل العنصر البشري مورداً أساسياً في إطار العلاقات التنظيمية، إذ يشكل الثروة الحقيقية والمحرك الأساسي لتقديم الخدمات والانتاج في المنظمات. فالمعدات والأجهزة الحديثة مهما بلغت درجة تطورها وتعقيدها تبقى بحاجة إلى العنصر البشري في إدارتها وتحريكها، والعنصر البشري لا يمكن له أن يعمل بكفاءة عالية إذا لم يكن هناك دوافع معنوية، لتأدية العمل ومن بينها الرضا الوظيفي.

حيث أصبحت التغيرات في مستوى أدوار العاملين في المنظمات المعاصرة من أهم المتغيرات التي تؤثر في الفكر السلوكي للتنظيم الحديث كما أسهمت الأفكار في تطور العمليات للزبائن والاداء للمؤسسات من القضايا المهمة لأنها تأتي من العاملين في الخطوط الأولى للعمل داخل المؤسسة، حيث أصبح أن تتبع المؤسسات على اختلاف مستوياتها استراتيجيات وتخطيط وسياسات مختلفة ومنها ما يتعلق بالرضا الوظيفي للعاملين من أجل تلبية الرغبات والاحتياجات^(٤).

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 تأخيرته عن العمل^(٥)، ويعد الرضا الوظيفي من المفاهيم التي التي يصعب قياسها وتعريفها نظراً لأنها تتضمن عوامل عدة حيث اختلفت النظريات الخاصة

(١) عبدالرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م)، ص ٣٤.

(٢) ربحي داوود، تطور النظريات الاجتماعية، (عمان: دار تسنيم للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م)، ص ٥٠.

(٣) عبدالرزاق محمد الدليمي، الهندسة البشرية والعلاقات العامة، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١١م)، ص ١٨-١٩.

(٤) العنزي سعد علي العنزي، السلوك التنظيمي إنعكاسات السلوكيات الوظيفية للعاملين في أداء المنظمات، (بغداد: دار الكتب والوثائق، ٢٠١٧م)، ص ٢٥٣.

(٥) حامد الحرفة، موسوعة الإدارة الحديثة والحوافز، المجلد الأول، (بيروت: الدار العربية للموسوعات، ١٩٨٠م)، ص ٩٤.

بالرضا الوظيفي وحسب رؤية الباحثين التي أدى إلى تباينها بين آراء الباحثين، لذا فليس هنالك تعريف محدد ومتفق عليه من جميع الباحثين فعرفها لوك بأنها الحالة العاطفية الإيجابية التي نتجت عن تقييم الموظف لوظيفته أو ما يحصل عليه من هذه الوظيفة^(١).

كما عرفت العزاوي الرضا الوظيفي بأنه مدى قناعة الموظف بالجهود المبذولة في إنجاز الواجبات المناطة به، بحيث ينعكس ذلك على إمكانية تحقيق حاجاته بكفاءة وفاعلية مما ينعكس على الموظف بالسلب أو الإيجاب^(٢).

وعرفها العنزي على إنها الموقف الشعوري الذي يتعلق بقياس مدى أشباع الفرد لحاجاته ورغباته بالعمل من خلال تحديد الاتجاهات الخاصة به ليكون راضيا عن الظروف والشروط والمنافع المتحقق من وظيفته والقبول عن المؤسسة وسياستها وماهية الاشراف الفني والقيادة والادارة والبيئة والافراد التي ينتمي اليها^(٣).

رابعاً: أهمية العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي

يُشكل الاهتمام بالعنصر البشري أحد الأدوار الجوهرية التي تضطلع بها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات، سواء كانت حكومية أو خاصة، لما له من دور كبير في خلق بيئة عمل مناسبة تسهم في رفع مستوى الإنتاجية. ويتحقق ذلك من خلال إنشاء وتنظيم وسائل اتصال داخلية فعّالة، باعتبار أن العاملين هم الركيزة الأساسية في تقديم الخدمات وإنجاز الأعمال.

كما يُعد الرضا الوظيفي مؤشراً مهماً يساعد الإدارة على قياس مدى كفاءة التنظيم وفاعلية الأداء داخل المؤسسة. وترتبط كفاءة عمل العلاقات العامة ارتباطاً وثيقاً برضا الموظفين، حيث يتأثر الممارسون في هذا المجال بمجموعة من السياسات والأنظمة التي تضعها المؤسسة لتنظيم العمل^(٤).

لذا فالعلاقات العامة تحقق لجمهور المنشأة والمؤسسات الداخلية خدمات انسانية متنوعة ، بما يعود عليهم بالنفع ، وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة، ويهيئ اسباب الحياة الكريمة للعاملين بما يساعد على نشر الاطمئنان في نفوسهم^(٥).

واخذت على عاتقها تقوية الصلة بين الادارة العليا والعمال، وذلك بعد استخدام التكنولوجيا المعاصرة التي اضعفت الصلة بين الادارة والعاملين، ضلا عن ازدياد كبر حجم المؤسسات، بالتالي ازدياد عدد العاملين واثره في اضعاف تلك الصلة^(٦).

(١) سامي بن عبدالله، الرضا الوظيفي لمندوبي المبيعات في القطاع الخاص السعودي (الكويت: المجلة العربي للعلوم الادارية، ٢٠٠٧م)، ص ٣٦.

(٢) خالدية العزاوي، القيم الاخلاقية وأثرها في تحقيق الرضا الوظيفي دراسة استطلاعية في المكتبة المركزية، جامعة بغداد، مجلة دنائير، العدد ٢٠١، ص ١١٤.

(٣) العنزي سعد علي، مرجع سابق، ص ٢٥٥.

(٤) يوسف السعيد، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي في صحيفتي الرأي والكويت تايمز الكويتيتين ، رسالة ماجستير غير منشورة ،الاردن، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١٣م، ص ٧١.

(٥) كمال احمد ، العلاقات، ط٣، (القاهرة: ملتزم الطبع النشر مكتبة الانجل المصرية، ١٩٧٥م)، ص ٤١.

يتجلى من ذلك أهمية العلاقات العامة في جميع المجالات، كونها تمثل الرابط الحيوي بين المؤسسات وجمهورها. فغياب هذا الرابط يؤدي إلى ضعف التعاون وانعدام الثقة والانسجام، سواء بين المؤسسة والعاملين في المؤسسة أو بينها وبين جمهورها الخارجي. لذلك تُعد العلاقات العامة وظيفة أساسية داخل المنظمة، تُمكنها من إدراك الظروف الملائمة لتحقيق النجاح والعمل على تهيئتها بالشكل الذي يعزز من فاعلية أدائها ويقوي صلتها بالجمهور^(١).

ومهما زاد التطور التكنولوجي والعلمي يبقى الحاجة إلى العنصر البشري لغرض إدارتها ولا يمكن إدارتها والعمل عليها بكفاءة عالية إلا بتوفر الدوافع المعنوية لهذا العمل وإجراء البحوث والدراسات على الجمهور الداخلي لبيان احتياجاتهم ورغباتهم، وإيجاد الطرائق اللازمة لإشباعها وتحديد المعوقات التي تواجه الموظف وتشكل عقبة أمام أداء مهامهم وواجباته بطريقة جيدة عن طريق التوصل إلى معالجات وتوفير البيئة المناسبة للعمل مع مراعاة الجوانب الاجتماعية والنفسية لتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين داخل المؤسسة^(٢).

ويرى الباحث ان تحقيق مستويات عالية للرضا الوظيفي من الامور المهمة في المؤسسات العامة والخاصة والتي يجب ان تسعى العلاقات العامة داخل المؤسسة بدفع سياساتها ونظم العمل واساليب الاشراف والقيادة المتبعة دون وجود نقاط ضعف فيها، بما يؤثر على عمل المؤسسة ومستوى الخدمات التي تقدمها الادارة الى الجمهور الداخلي (العاملين).

المبحث الثالث : العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي في دواوين

الأوقاف: دراسة ميدانية

يُعد الاستبيان من الأدوات البحثية الأساسية التي تسهم في الكشف عن طبيعة العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة ومستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين في دواوين الأوقاف. وفي هذا المبحث، تم تحليل البيانات المستخلصة من عينة الدراسة الميدانية، بهدف الوقوف على مدى فاعلية أدوار العلاقات العامة في خلق بيئة عمل إيجابية وتعزيز شعور الموظفين بالرضا الوظيفي. كما يساعد هذا التحليل في إبراز المجالات التي تتطلب تحسيناً، وتقديم صورة واقعية لمستوى التفاعل الداخلي والاتصال المؤسسي، بما يعكس دور العلاقات العامة كأداة استراتيجية داخل المؤسسات الدينية والإدارية.

وتأتي أهمية هذا المبحث من كونه يعكس آراء ومواقف العاملين أنفسهم، ويوفر مؤشرات كمية تدعم النتائج النظرية للبحث وتسهم في صياغة توصيات واقعية قابلة للتطبيق.

(١) عدان ابو عمشة، العلاقات العامة، (دمشق: سلسلة أبحاث ودراسات تصدر عن مركز تطوير الإدارة الانتاجية، ١٩٨٣م)، ص ١٨.

(٢) حسين محمد علي، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية مفاهيم ووظائف، ط٢ (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٠م)، ص ١٤٧.

(٣) علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام، (الاسكندرية: دار الجامعات المصرية، ١٩٨٥م)، ص ٦٥.

المحور الاول: البيانات الشخصية للمبحوثين

س ١/ نوع الاجتماعي للمبحوثين

١- الجنس:

جدول (1) يبين توزيع المبحوثين حسب النوع

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
الاولى	٦٧.٢٤%	78	ذكور
الثانية	٣٢.٧٦%	38	إناث
-	١٠٠%	116	المجموع

بينت نتائج الجدول (١) ان فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره (٣٤%) اذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (٧٨) تكرارا وبنسبة (٦٧.٣٤%) تليها بالمرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (٣٨) تكرارا وبنسبة (٣٢.٧٦%).

٢- العمر:

جدول (2) يبين توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الفئة العمرية
الثالثة	١٣%	١٣	من ٢٠-٣٠ سنة
الثانية	٤٣.٩٧%	٥١	من ٣١-٤٠ سنة
الأولى	٤٤.٨٣%	٥٢	من ٤١ سنة فأكثر
-	١٠٠%	116	المجموع

أظهرت نتائج الجدول (٢) توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في دواوين الأوقاف على ثلاث فئات عمرية تصدرت فيها الفئة العمرية (من ٤١ سنة فأكثر) تصنيف الفئات بواقع (٥٢) تكراراً محققة أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٤٤.٨٣%) وحلت بالمرتبة الأولى تليها بالمرتبة الثانية الفئة العمرية (من ٣١-٤٠ سنة) بواقع (٥١) تكراراً وبنسبة بلغت (٤٣.٩٧%) لتأتي الفئة العمرية من (٢٠-٣٠ سنة) بالمرتبة الأخيرة بعد أن سجلت (١٣) تكراراً وبنسبة بلغت (١٣%).

3- التحصيل العلمي:

جدول (3) يبين توزيع المبحوثين حسب التحصيل العلمي.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	التحصيل العلمي
السادسة	٠.٨٦%	١	متوسطة
الخامسة	٦.٠٣%	٧	اعدادية
الثالثة	١٠.٣٤%	١٢	معهد
الأولى	٥٠%	٥٨	بكالوريوس
الثانية	٢٤.١٤%	٢٨	ماجستير
الرابعة	٨.٦٢%	١٠	دكتوراه
-	١٠٠%	116	المجموع

أظهرت نتائج الجدول (٣) توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في دواوين الأوقاف، تبين حصول تحصيل (بكالوريوس) على المرتبة الأولى بواقع (٥٨) تكرارا محققا أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٥٠%) وحل بالمرتبة الثانية تحصيل (الماجستير) وسجل (٢٨) تكرارا ونسبة (٢٤.١٤%)، تلاها تحصيل (معهد) في المرتبة الثالثة بعد أن سجل (١٢) تكراراً ونسبة بلغت (١٠.٣٤%)، بينما جاء تحصيل (دكتوراه) في المرتبة الرابعة وحاز على (١٠) تكرارات ونسبة بلغت (٨.٦٢%)، أما تحصيل (اعدادية) فقد حل في المرتبة الخامسة وسجل (٧) تكرارات ونسبة بلغت (٦.٠٣%)، ليأتي تحصيل متوسطة في المرتبة الأخيرة بواقع (٠.٨٦%).

وتبين نتائج الجدول (٣) أن العلاقات العامة تلعب دوراً كبيراً في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في دواوين الأوقاف. ويمكن توضيح هذا الدور عن طريق التوصل الفعّال حيث تعمل العلاقات العامة على تحسين التواصل بين الإدارة والعاملين، مما يساعد في خلق بيئة عمل إيجابية يشعر فيها الموظفون، كما أن العلاقات العامة تساهم في تعزيز هوية المؤسسة وقيمها، مما يخلق شعوراً بالانتماء لدى الموظفين ويدفعهم لتقديم أفضل ما لديهم.

أسئلة المقياس:

■ العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في دواوين الأوقاف:

يمكن تحديد مستويات العلاقات العامة وأدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في دواوين الأوقاف باستعمال الوسط المرجح حيث تكون بداية ونهاية فئات المقياس الثلاثي: أتفق (ثلاثة درجات)، محايد (درجتان)، لا أتفق (درجة واحدة)، تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الثلاثي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (٣ - ١ = ٢)، تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح (٢ / ٣ = ٠.٦٧) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية

المقياس وهى الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي^(١):

جدول (4) يوضح التقدير اللفظي لمستويات الوسط المرجح.

مستوى منخفض	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١ إلى أقل من ١.٦٧
مستوى متوسط	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١.٦٧ إلى أقل من ٢.٣٥
مستوى مرتفع	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٢.٣٥ إلى ٣

المحور الثاني: العلاقات العامة ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة.

جدول (5) يبين العلاقات العامة ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة. ن= (١١٦).

ت	العبارات	الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	المستوى	المرتبة
		موافق	محايد	لا أوافق					
١	تعمل العلاقات العامة على زيادة روابط المحبة وتقوية الصلة بين الموظفين والحفاظ عليها	ك	٨٩	٢٢	٥	٢.٧٢	.724	مرتفع	٢
		%	٧٦.٧٢	١٨.٩٦	٤.٣١				
٢	تسعى العلاقات العامة في رفع مستوى الاتصال الوظيفي بين الفرد والإدارة	ك	٩٧	١٥	٤	٢.٨	.686	مرتفع	١
		%	٨٣.٦٢	١٢.٩٣	٣.٤٥				
٣	يسعى إلى إقامة الاحتفالات والمؤتمرات والندوات والنشاطات الأخرى بشكل مشترك	ك	٧٩	٢٧	١٠	٢.٥٩	.714	مرتفع	٥
		%	٦٨.١	٢٣.٢٨	٨.٦٢				
٤	يسهم عمل العلاقات العامة إلى تعزيز الاتصال مع الجمهور الخارجي	ك	٨٧	٢٢	٧	٢.٦٩	.698	مرتفع	٤
		%	٧٥	١٨.٩٦	٦.٠٣				
٥	يهدف عمل العلاقات إلى العمل بروح الفريق الواحد من خلال تنظيم الأعمال المشتركة	ك	٨٧	٢٤	٥	٢.٧١	.695	مرتفع	٣
		%	٧٥	٢٠.٦٩	٤.٣١				
-	المجموع				٢.٧٠٢		.703	مرتفع	-

(١) حمزة كامل عباس، أطر المعالجة الإخبارية لمواقع الصحف الدولية بالعربي إزاء الشأن العراقي وعلاقته بمستويات المعرفة لدى الجمهور، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٢٢م، ص ٢٣٩.

يوضح الجدول (٥) أن العلاقات العامة ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة يتم توضيحها وفق ما يأتي: جاءت فئة (تسعى العلاقات العامة في رفع مستوى الاتصال الوظيفي بين الفرد والإدارة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٨) وبوزن مؤوي (٩٣.٣٣%)، يليها فئة (تعمل العلاقات العامة على زيادة روابط المحبة وتقوية الصلة بين الموظفين والحفاظ عليها) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٧٢) وبوزن مؤوي (٩٠.٦٧%)، ثم فئة (يهدف عمل العلاقات إلى العمل بروح الفريق الواحد من خلال تنظيم الأعمال المشتركة) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٧١) وبوزن مؤوي (٩٠.٣٣%)، بينما جاءت فئة (يسعى إلى إقامة الاحتفالات والمؤتمرات والندوات والنشاطات الأخرى بشكل مشترك) بالترتيب الخامس بوسط مرجح (٢.٥٩) وبوزن مؤوي (٨٦.٣٣%).

وتكشف لنا نتائج الجدول (٥) أن المتوسط العام لدرجة العلاقات العامة ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة بلغ (٢.٧٠٢)، ونسبة بلغت (٩٠.٠٧%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول (٥) عن رؤية المبحوثين أن العلاقات العامة ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة يتمثل في أن العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً في تحقيق الرضا الوظيفي داخل المؤسسات، حيث تُعتبر حلقة الوصل بين الإدارة والموظفين، ويتضح دور العلاقات العامة في تعزيز الرضا الوظيفي من خلال تنسيق قنوات الاتصال الفعالة، وتسهم العلاقات العامة في تحسين التدفق المعلوماتي بين الموظفين والإدارة، وهذا يسهل فهم الأهداف والتحديات المشتركة، كما أن العلاقات العامة تساهم في بناء الثقة بين الموظفين والإدارة من خلال الشفافية في التواصل، مما يعزز الشعور بالأمان والولاء للمؤسسة، بالإضافة إلى ذلك تعمل العلاقات العامة على تنظيم الفعاليات والأنشطة الاجتماعية التي تجمع بين الموظفين تعزز العلاقات الشخصية وتساعد على خلق بيئة عمل إيجابية تدعم التعاون وروح الفريق.

المحور الثالث: تأثير العوامل الداخلية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة.

جدول (6) يبين تأثير العوامل الداخلية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة.
ن = (١١٦).

العبارة	الاستجابات	المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المؤوي	المستوى	المرتبة
١	ك	٧٣	٣٤	٩	مرتفع	١
	%	٦٢.٩٣	٢٩.٣١	٧.٧٦		
٢	ك	٧٢	٣٤	١٠	مرتفع	٢
	%	٦٢.٠٧	٢٩.٣١	٨.٦٢		
٣	ك	٥٤	٤٤	١٨	متوسط	٥
	%	٤٦.٥٥	٣٧.٩٣	١٥.٥٢		

٤	تحقيق العدالة في الحصول على الرواتب والاجور والحوافز والمكافآت	ك	٤١	٤٧	٢٨	٢.١١	.692	٧٠.٣٣	متوسط	٧
		%	٣٥.٣ ٤	٤٠.٥ ٢	٢٤.١٤					
٥	الحصول على مدى الرضا عن مدة العمل المطلوبة من العاملين داخل المؤسسة ومنحهم الاجازات الرضوية أو الترفيهية	ك	٥٥	٣٨	٢٣	٢.٢٨	.677	٧٦	متوسط	٦
		%	٤٧.٤١	٣٢.٧٦	١٩.٨٣					
٦	تعمل على قيام المؤسسة في الحفاظ على الحقوق والواجبات للعاملين	ك	٦٥	٣٥	١٦	٢.٤٢	.666	٨٠.٦٧	مرتفع	٤
		%	٥٦.٠٣	٣٠.١٧	١٣.٧٩					
٧	تسهم في منح العاملين الموافقات على الاشتراك بالدورات الداخلية والخارجية	ك	٧٢	٢٧	١٧	٢.٤٧	.690	٨٢.٣٣	مرتفع	٣
		%	٦٢.٠٧	٢٣.٢٨	١٤.٦٥					
-	المجموع									
-	مرتفع	٧٩.٣ ٣	.693	٢.٣٨						

يوضح الجدول (٦) أن تأثير العوامل الداخلية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة يتم توضيحها وفق ما يأتي: جاءت فئة (تعمل على زيادة مستوى العلاقة بين الادارة والافراد) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٥٥) وبوزن مؤوي (٨٥%)، يليها فئة (تسهم في الحفاظ على طبيعة العلاقة بين العاملين داخل المؤسسة من خلال دعمها للأداء المهني) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٥٣) وبوزن مؤوي (٨٤.٣٣%)، ثم فئة (تسهم في منح العاملين الموافقات على الاشتراك بالدورات الداخلية والخارجية) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٤٧) وبوزن مؤوي (٨٢.٣٣%)، بينما جاءت فئة (تحقيق العدالة في الحصول على الرواتب والاجور والحوافز والمكافآت) بالترتيب السابع بوسط مرجح (٢.١١) وبوزن مؤوي (٧٠.٣٣%). وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة تأثير العوامل الداخلية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة بلغ (٢.٣٨)، ونسبة بلغت (٧٩.٣٣%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول (٦) عن رؤية المبحوثين أن تأثير العوامل الداخلية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة يتمثل في أن تأثير العوامل الداخلية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة هو موضوع مهم يمكن تحليله من عدة جوانب، العلاقات العامة تعتبر عنصراً حيوياً في التواصل بين الإدارة والعاملين، ويؤثر ذلك بشكل مباشر على مستوى الرضا الوظيفي بعدة طرق:

- ١- تساهم العلاقات العامة في تعزيز التواصل بين الإدارة والموظفين. عندما يشعر الموظفون بأن أصواتهم مسموعة وأن هناك تواصل شفاف، يزداد شعورهم بالانتماء والولاء للمؤسسة.
- ٢- من خلال توفير بيئة عمل تتسم بالدعم والتشجيع، تعزز العلاقات العامة الدعم المهني للعاملين، والمؤسسات التي تدعم تطوير مهارات موظفيها توفر لهم فرصاً للنمو والتقدم، مما يزيد من رضاهم الوظيفي.

٣- العلاقات العامة تعزز من الثقة بين الإدارات والعاملين، وعندما يتم التعامل مع الموظفين بصدق واحترام، يزيد ذلك من شعورهم بالراحة النفسية ويؤثر إيجاباً على مستوى الرضا.
المحور الرابع: تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة.

جدول (7) يبين تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة. ن= (١١٦).

المرتبة	المستوى	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	الاستجابات			العبارات	
					لا أوافق	محايد	موافق		
٣	مرتفع	٨٥.٦ ٧	.710	٢.٥٧	١٠	٣٠	٧٦	ك	١ تعمل على تطبيق القوانين والتعليمات والإرشادات الحكومية داخل المؤسسة
					٨.٦٢	٢٥.٨ ٦	٦٥.٥ ٢	%	
٨	مرتفع	٧٩.٣ ٣	.673	٢.٣٨	١١	٥٠	٥٥	ك	٢ تهدف إلى رفع مستوى حرية العاملين في الوصول إلى المعلومات والحرية في إبداء الآراء أمام الإدارة
					٩.٤٨	٤٣.١	٤٧.٤ ١	%	
٧	مرتفع	٨١.٣ ٣	.667	٢.٤٤	٧	٥١	٥٨	ك	٣ تعمل على عدم تأثير الجمهور الخارجي على العاملين داخل المؤسسة
					٦.٠٣	٤٣.٩ ٦	٥٠	%	
٤	مرتفع	٨٥.٣ ٣	.660	٢.٥٦	١٢	٢٧	٧٧	ك	٤ تسعى إلى السماح للعاملين بالحصول المعلومات التي تخص العمل
					١٠.٣ ٤	٢٣.٢ ٨	٦٦.٣ ٨	%	
٥	مرتفع	٨٤.٣ ٣	.630	٢.٥٣	٨	٣٨	٧٠	ك	٥ تسهم في زيادة حرية الرأي العام وتأثيره على عمل ممارسي العلاقات العامة
					٦.٩	٣٢.٧ ٦	٦٠.٣ ٤	%	
٢	مرتفع	٨٦.٣ ٣	.720	٢.٥٩	٨	٣١	٧٧	ك	٦ قلة التخصيصات المالية تقف أمام إنجاز الأعمال والمهام للعاملين في العلاقات
					٦.٩	٢٦.٧ ٢	٦٦.٣ ٨	%	
١	مرتفع	٨٧	.657	٢.٦١	٨	٢٩	٧٩	ك	٧ تسهم في معرفة مشكلات العاملين عند إجراء الاستطلاعات والبحوث
					٦.٩	٢٥	٦٨.١	%	
٦	مرتفع	٨٢.٦ ٧	.655	٢.٤٨	١٣	٣٤	٦٩	ك	٨ تعمل على تشجيع الأنشطة غير الوظيفية مثل التكافل الاجتماعي بين العاملين
					١١.٢ ١	٢٩.٣	٥٩.٤ ٨	%	
-	مرتفع	٨٤	.671	٢.٥٢	المجموع				

يوضح الجدول (٧) أن تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة يتم توضيحها وفق ما يأتي: جاءت فئة (تسهم في معرفة مشكلات العاملين عند إجراء الاستطلاعات والبحوث) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٦١) وبوزن مؤوي (٨٧%)، يليها فئة (قلة التخصيصات المالية تقف أمام إنجاز الأعمال والمهام للعاملين في العلاقات) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٥٩) وبوزن مؤوي (٨٦.٣٣%)، ثم فئة (تعمل على تطبيق القوانين والتعليمات والارشادات الحكومية داخل المؤسسة) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٥٧) وبوزن مؤوي (٨٥.٦٧%)، بينما جاءت فئة (تهدف إلى رفع مستوى حرية العاملين في الوصول الى المعلومات والحرية في إبداء الآراء أمام الإدارة) بالترتيب الثامن بوسط مرجح (٢.٣٨) وبوزن مؤوي (٧٩.٣٣%).

وتكشف لنا نتائج الجدول (٧) أن المتوسط العام لدرجة تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة بلغ (٢.٥٢)، ونسبة بلغت (٨٤%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول (٧) عن رؤية المبحوثين أن تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة يتمثل في أن تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة يعدّ جانباً مهماً يحتاج إلى دراسة معمقة، ومن العوامل الخارجية التي يمكن أن تؤثر على رضا العاملين، الظروف الاقتصادية حيث تؤثر الأوضاع الاقتصادية العامة على تخصيص الميزانيات والموارد المخصصة للعلاقات العامة، مما قد يؤدي إلى زيادة الضغوط على العاملين، كما أن

التحديات التنافسية في السوق قد تؤثر على استراتيجيات العمل، مما يدعو العاملين إلى بذل المزيد من الجهد لتحقيق الأهداف المطلوبة، وهو ما قد يزيد من الضغوط النفسية ويقلل من الرضا الوظيفي، كذلك إذا لم يتم الاستماع بجدية إلى آراء العاملين ومشاكلهم من خلال الاستطلاعات والبحوث، فقد يتزايد الإحباط والاستياء بين الموظفين مما يؤثر سلباً على رضاهم الوظيفي.

المحور الخامس: ما المعوقات التي تقف أمام تحقيق الرضا الوظيفي التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة.

جدول (8) يبين المعوقات التي تقف أمام تحقيق الرضا الوظيفي التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة. ن= (١١٦).

العبارة	الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المؤوي	المستوى	المرتبة
	موافق	محايد	لا أوافق					
١ لا تتوفر كوادر بشرية كافية في الاعلام والعلاقات العامة للقيام بأنشطة العلاقات العامة لتحقيق الأهداف	ك	٧٩	٢٦	١١	٢.٥٩	٨٦.٣٣	مرتفع	٧
	%	٦٨.١	٢٢.٤١	٩.٤٨				
٢ وجود ممارسين للعلاقات العامة هم ليسوا أصحاب اختصاص	ك	٨٠	٢٧	٩	٢.٦١	٨٧	مرتفع	٦
	%	٦٨.٩٧	٢٣.٢٨	٧.٧٥				

٣	الصعوبات التي يواجهها العاملين داخل المؤسسة بسبب قلة الدورات التدريبية في مجال العلاقات العامة	ك	٨٦	٢١	٩	٢.٦٦	652	٨٨.٦٧	مرتفع	٥
		%	٧٤.١٤	١٨.١	٧.٧٦					
٤	عدم توفير الحوافز الوظيفية هي أبرز المعوقات التي تواجه العاملين داخل المؤسسة	ك	٩٢	١٦	٨	٢.٧٢	651	٩٠.٦٧	مرتفع	١
		%	٧٩.٣	١٣.٧	٦.٩					
			١	٩						
٥	يواجه العاملون صعوبات بسبب عدم توفير الوسائل الادوات اللازمة لإنجاز الاعمال الموكلة لهم	ك	٨٧	٢٠	٩	٢.٦٧	649	٨٩	مرتفع	٤
		%	٧٥	١٧.٢٤	٧.٧٦					
٦	عدم اهتمام الادارة العليا بآراء العاملين تجاه العلاقات العامة لتحقيق الرضا الوظيفي	ك	٨٨	٢١	٨	٢.٧١	675	٩٠.٣٣	مرتفع	٢
		%	٧٥.٨٦	١٨.١	٦.٩					
٧	لا يوجد ضمان حقيقي يشعر الموظف في العلاقات العامة بالاستقرار الوظيفي	ك	٨٦	٢٣	٧	٢.٦٨	646	٨٩.٣٣	مرتفع	٣
		%	٧٤.١٤	١٩.٨٣	٦.٠٣					
المجموع										
-						٢.٦٦	651	٨٨.٧	مرتفع	-
								٦		

يوضح الجدول (٨) أن المعوقات التي تقف أمام تحقيق الرضا الوظيفي التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة يتم توضيحها وفق ما يأتي: جاءت فئة (عدم توفير الحوافز الوظيفية هي أبرز المعوقات التي تواجه العاملين داخل المؤسسة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٧٢) وبوزن مؤوي (٩٠.٦٧%)، يليها فئة (عدم اهتمام الادارة العليا بآراء العاملين تجاه العلاقات العامة لتحقيق الرضا الوظيفي) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٧١) وبوزن مؤوي (٩٠.٣٣%)، ثم فئة (لا يوجد ضمان حقيقي يشعر الموظف في العلاقات العامة بالاستقرار الوظيفي) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٦٨) وبوزن مؤوي (٨٩.٣٣%)، بينما جاءت فئة (لا تتوفر كوادر بشرية كافية في الاعلام والعلاقات العامة للقيام بأنشطة العلاقات العامة لتحقيق الاهداف) بالترتيب السابع بوسط مرجح (٢.٥٩) وبوزن مؤوي (٨٦.٣٣%).

وتكشف لنا نتائج الجدول (٨) أن المتوسط العام لدرجة المعوقات التي تقف أمام تحقيق الرضا الوظيفي التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة بلغ (٢.٦٦)، ونسبة بلغت (٨٨.٧٦%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول (٨) عن رؤية المبحوثين أن المعوقات التي تقف أمام تحقيق الرضا الوظيفي التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة يتمثل في أن عدم توفير الحوافز الوظيفية وعدم اهتمام الإدارة العليا بآراء العاملين هما من أبرز المعوقات التي تعرقل تحقيق الرضا الوظيفي. وتؤثر هذه المعوقات على ممارسي العلاقات العامة عن طريق عدم توفر الحوافز الوظيفية حيث يمكن أن تتضمن الحوافز مكافآت مالية، ترقية، أو مزايا إضافية، وعندما لا يشعر الموظفون بأن جهودهم تكافأ بشكل مناسب، قد يتراجع مستوى الدافع والإنتاجية، كذلك هذا الأمر يؤثر بشكل خاص على ممارسي العلاقات العامة الذين يتطلب عملهم إبداعاً وابتكاراً، حيث يساهم الحافز في تعزيز الفكر الإبداعي والمبادرات الجديدة، بالإضافة إلى ذلك عندما لا تستمع

الإدارة لملاحظات وآراء الموظفين، قد يشعرون بعدم القيمة أو التقدير، مما يؤدي إلى انخفاض الروح المعنوية.

المحور السادس: ما درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن بيئة العمل (المؤسسة)

جدول (٩) يبين درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن بيئة العمل (المؤسسة). ن= (١١٦).

المرتبة	المستوى	الوزن المئوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	الاستجابات			العبارات	
					لا أوافق	محايد	موافق		
٨	متوسط	٧٦	.654	٢.٢٨	٢٦	٣٢	٥٨	ك	١ تقوم المؤسسة بتوفير وسائل النقل جيدة وتحديد ساعات عمل مناسبة لي
					٢٢.٤١	٢٧.٥٩	٥٠	%	
٧	مرتفع	٧٩	.639	٢.٣٧	١٥	٤٣	٥٨	ك	٢ تعمل وتعزز الامان والحماية من المخاطر الوظيفية
					١٢.٩٣	٣٧.٠٧	٥٠	%	
٦	مرتفع	٨٠.٣٣	.664	٢.٤١	٢٢	٢٥	٦٩	ك	٣ توفر وسائل لمواجهة الظروف الجوية كالتبريد والتدفئة التي تساعدني على أداء عملي بصورة جيدة
					١٨.٩٧	٢١.٥٥	٥٩.٤٨	%	
٥	مرتفع	٨١.٦٧	.638	٢.٤٥	١٥	٣٤	٦٧	ك	٤ توفر لي الوسائل الاتصالية لإنجاز المهام الموكلة الي مثل الحاسوب والانترنت والمعدات الالكترونية الأخرى
					١٢.٩٣	٢٩.٣١	٥٧.٧٦	%	
٣	مرتفع	٨٢.٦٧	.708	٢.٤٨	١٢	٣٦	٦٨	ك	٥ توفر المؤسسة مكان يليق بالوظيفة التي اقوم بها
					١٠.٣٤	٣١.٠٣	٥٨.٦٢	%	
١	مرتفع	٨٤.٣٣	.698	٢.٥٣	١١	٣٢	٧٣	ك	٦ توفر المؤسسة المواد المكتبية اللازمة في انجاز الاعمال
					٩.٤٨	٢٧.٥٩	٦٢.٩٣	%	
٢	مرتفع	٨٣	.665	٢.٤٩	١٢	٣٥	٦٩	ك	٧ تعمل المؤسسة على تعزيز العلاقة بين العاملين
					١٠.٣٤	٣٠.١٧	٥٩.٤٨	%	
٤	مرتفع	٨٢	.656	٢.٤٦	١٦	٣١	٦٩	ك	٨ تسهم المؤسسة في رفع الروح المعنوية للعاملين من خلال تقديم الحلول والمعالجات للمشاكل التي تواجههم
					١٣.٧٩	٢٦.٧٢	٥٩.٤٨	%	
-	مرتفع	٨١.١٣	.665	٢.٤٣	المجموع				

يوضح الجدول (٩) أن درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن بيئة العمل (المؤسسة) يتم توضيحها وفق ما يأتي: جاءت فئة (توفر المؤسسة المواد المكتبية اللازمة في انجاز الاعمال) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٥٣) وبوزن مئوي (٨٤.٣٣%)، يليها فئة (تعمل المؤسسة على تعزيز العلاقة بين العاملين) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٤٩) وبوزن مئوي (٨٣%)، ثم فئة (توفر المؤسسة مكان يليق بالوظيفة التي اقوم بها) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٤٨) وبوزن مئوي (٨٢.٦٧%)، بينما جاءت فئة (تقوم المؤسسة بتوفير وسائل النقل

جيدة وتحديد ساعات عمل مناسبة لي) بالترتيب الثامن بوسط مرجح (٢.٢٨) وبوزن مؤوي (٧٦%).

وتكشف لنا نتائج الجدول (٩) أن المتوسط العام لدرجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن بيئة العمل (المؤسسة) بلغ (٢.٤٣٤)، ونسبة بلغت (٨١.١٣%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول (٩) عن رؤية المبحوثين أن درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن بيئة العمل (المؤسسة) يتمثل في توفير المواد المكتبية اللازمة حيث يجب على المؤسسة التأكد من وجود كافة الأدوات والموارد التي يحتاجها الموظفون لأداء مهامهم بكفاءة، ويشمل ذلك المعدات التقنية، والأدوات المكتبية، والمكاتب الرقمية، مما يسهل على العاملين إنجاز العمل بشكل أفضل، كما أن

تعزيز العلاقات بين العاملين يكمن من خلال بناء بيئة عمل تشجع على التعاون والتواصل المفتوح بين الفريق يساهم في خلق جو عمل إيجابي، ويمكن تحقيق ذلك من خلال تنظيم الفعاليات الاجتماعية، وتقديم فرص للتدريب المشترك، وتعزيز ثقافة الفريق.

المحور السابع: ما درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم.

جدول (١٠) يبين درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم. ن= (١١٦).

المرتبة	المستوى	الوزن المؤوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	الاستجابات			العبارات
					لا أوافق	محايد	موافق	
٤	مرتفع	٨٩.٦٧	.664	٢.٦٩	7	22	87	١ تشعني بسعادة كبيرة عند أداء مهامي الوظيفية
					٦.٠٣	١٨.٩٧	٧٥	%
٧	مرتفع	٨٣	.657	٢.٤٩	10	39	67	٢ تعمل وظيفتي على تحقيق الاهداف الخاصة بي
					٨.٦٢	٣٣.٦٢	٥٧.٧٦	%
٦	مرتفع	٨٦	.643	٢.٥٨	11	27	78	٣ الحصول على تعامل جيد مع المدير في مؤسستي
					٩.٤٨	٢٣.٢٨	٦٧.٢٤	%
٥	مرتفع	٨٦.٣٣	.662	٢.٥٩	6	35	75	٤ العمل في العلاقات العامة يشعني بمعاملة جيدة من خلال التعامل مع الادارات الاخرى
					٥.١٧	٣٠.١	٦٤.٦	%
٣	مرتفع	٩٠.٦٧	.641	٢.٧٢	8	17	91	٥ يوفر العمل في العلاقات العامة علاقات اجتماعية قوية ومهمه
					٦.٩	١٤.٦٦	٧٨.٤٥	%
١	مرتفع	٩٣	.675	٢.٧٩	5	14	97	٦ اشعر بالفخر عند إنجاز الأعمال باتقان وتفان
					٤.٣١	١٢.٠٧	٨٣.٦٢	%
٢	مرتفع	٩٢	.670	٢.٧٦	6	16	94	٧ يشعني العمل في العلاقات العامة أنني فرد منتج في المؤسسة والمجتمع
					٥.١٧	١٣.٧٩	٨١.٠٣	%
-	مرتفع	٨٨.٦	.659	٢.٦٦	المجموع			
		٧						

يوضح الجدول (١٠) أن درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم يتم توضيحها وفق ما يأتي: جاءت فئة (اشعر بالفخر عند إنجاز الأعمال بإتقان وتقان) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٧٩) وبوزن مؤوي (٩٣%)، يليها فئة (يشعري العمل في العلاقات العامة أنني فرد منتج في المؤسسة والمجتمع) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٧٦) وبوزن مؤوي (٩٢%)، ثم فئة (يوفر العمل في العلاقات العامة علاقات اجتماعية قوية ومهمه) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٧٢) وبوزن مؤوي (٩٠.٦٧%)، بينما جاءت فئة (تعمل وظيفتي على تحقيق الاهداف الخاصة بي) بالترتيب الثامن بوسط مرجح (٢.٤٩) وبوزن مؤوي (٨٣%). وتكشف لنا نتائج الجدول (١٠) أن المتوسط العام لدرجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم بلغ (٢.٦٦)، وبنسبة بلغت (٨٨.٦٧%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول (١٠) عن رؤية المبحوثين أن درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم يتمثل في أن الرضا الوظيفي ليس مجرد شعور بالارتياح تجاه الوظيفة، بل هو أيضاً يعكس ارتباط الأفراد بمؤسساتهم وإحساسهم بالإنجاز والمساهمة الفعالة، كذلك عندما يشعر ممارسي العلاقات العامة بالفخر عند إنجاز الأعمال بجودة عالية وتقان، فإن ذلك يساعد في تعزيز روح الفريق وزيادة الإنتاجية، كما أن فرحهم بالإنجازات وتحقيق الأهداف يساهم في تحسين بيئة العمل ويعزز من ولائهم للمؤسسة، علاوة على ذلك، يعد الرضا الوظيفي عاملاً مهماً في جودة العلاقات العامة، حيث أن الموظفين الراضين يميلون إلى التواصل بشكل أفضل مع الجمهور والعملاء، مما يعزز صورة المؤسسة وينعكس إيجاباً على سمعتها في المجتمع.

المحور الثامن: مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي.

جدول (١١) يبين مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي. ن = (١١٦).

العبارات	الاستجابات			الوسط المرج ح	الانحرا ف المعيار ي	الوزن المنوي	المستوى	المرتبة	
	موافق	محايد	لا أوافق						
١	تعمل العلاقات العامة على تطوير برامجها التقنية لتحقيق الرضا الوظيفي	ك	٧٨	٣٢	٦	٢.٦٢	٨٧.٣٣	مرتفع	١
		%	٦٧.٢٤	٢٧.٥٩	٥.١٧				
٢	يتم التعامل مع جميع العاملين بمستوى واحد دون مراعاة الفروق الفردية	ك	٥٢	٣٩	٢٥	٢.٢٣	٧٤.٣٣	متوسط	٤
		%	٤٤.٨٣	٣٣.٦٢	٢١.٥٥				
٣	يعتقد بوجود تفاعل اتصالي بينك وبين العلاقات العامة	ك	٦٩	٣٨	٩	٢.٥٢	٨٤	مرتفع	٢
		%	٥٩.٤٨	٣٢.٧٦	٧.٧٦				
٤	لا تسهم العلاقات العامة في إبراز الجوانب الانسانية للعاملين	ك	٤٨	٤٢	٢٦	٢.١٩	٧٣	متوسط	٥
		%	٤١.٣٨	٣٦.٢١	٢٢.٤١				
٥	قلة أنشطة العلاقات العامة بما يتعلق في الرضا الوظيفي	ك	٦٧	٤١	٨	٢.٥١	٨٣.٦٧	مرتفع	٣
		%	٥٧.٧٦	٣٥.٣٤	٦.٩				
المجموع									
						٢.٤١ ٤	٨٠.٤ ٧	مرتفع	-

يوضح الجدول (١١) أن مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (تعمل العلاقات العامة على تطوير برامجها التقنية لتحقيق الرضا الوظيفي) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٦٢) وبوزن مؤوي (٨٧.٣٣%)، يليها فئة (يعتقد بوجود تفاعل اتصالي بينك وبين العلاقات العامة) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٥٢) وبوزن مؤوي (٨٤%)، ثم فئة (قلة أنشطة العلاقات العامة بما يتعلق في الرضا الوظيفي) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٥١) وبوزن مؤوي (٨٣.٦٧%)، بينما جاءت فئة (لا تسهم العلاقات العامة في إبراز الجوانب الانسانية للعاملين) بالترتيب الخامس بوسط مرجح (٢.١٩) وبوزن مؤوي (٧٣%). وتكشف لنا نتائج الجدول (١١) أن المتوسط العام لدرجة مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي بلغ (٢.٤١٤)، ونسبة بلغت (٨٠.٤٧%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول (١١) عن رؤية المبحوثين أن مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي يتمثل في أن مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي يُعد من العوامل الرئيسية التي تساهم في تحسين بيئة العمل وزيادة الإنتاجية، ويمكن للعلاقات العامة أن تلعب دوراً حيوياً في تطوير برامج تهدف إلى تعزيز الرضا الوظيفي من خلال عدة استراتيجيات، منها:

- ١- تحسين قنوات الاتصال الداخلية بين الموظفين والإدارة، مما يتيح للموظفين التعبير عن آرائهم وأفكارهم.
- ٢- تقديم ورش عمل وبرامج تدريبية تساعد الموظفين على تطوير مهاراتهم وزيادة كفاءاتهم.
- ٣- تنظيم فعاليات وأنشطة تعزز من روح الفريق والتعاون بين الموظفين.
- ٤- إنشاء آليات فعالة لاستقبال ومعالجة ملاحظات الموظفين، مما يشعرهم بأن آرائهم مهمة.

❖ فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة احصائية فيما يخص درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم وتبعاً لمتغير الجنس.

لمعرفة دلالة الفرق في متوسطات درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم لعينة المبحوثين من الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي (T- test) لعينتين مستقلتين فأتضح له أن متوسط الذكور (4.4576) و بانحراف معياري (1.04428)، و متوسط الإناث (1.7175) و بانحراف معياري (0.73277). و بدرجة حرية (١٤) درجة، و أن القيمة التائية المحسوبة (12.786) أكبر من القيمة الجدولية (1.97). و تشير هذه النتيجة إلى أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) وجدول () يوضح ذلك.

جدول (١١) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسط درجات درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم.

الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
ذكور	78	4.4576	1.04428	١١٤	12.786	1.97	دالة
إناث	38	1.7175	.73277				

وهذه النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسط درجات درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم عند مستوى دلالة (0.05) ولصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (4.4576). وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى. الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة وبين درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم.

جدول (١٢) يبين العلاقة بين تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة وبين درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم.

المتغير				درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم		
تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة				قيمة بيرسون		الحكم
				درجة الحرية	المحسوبة	الجدولية
					.962**	0.254
				١١٤		دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١

توضح بيانات الجدول (١٢) إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية جدا بين تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة وبين درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.962^{**}) وهي أكبر من القيمة الجدولية (254٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (١١٤) وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

❖ الاستنتاجات:

- ١- تلعب العلاقات العامة دورًا محوريًا في تحقيق الرضا الوظيفي داخل المؤسسات، حيث تُعتبر حلقة الوصل بين الإدارة والموظفين، ويتضح دور العلاقات العامة في تعزيز الرضا الوظيفي من خلال تنسيق قنوات الاتصال الفعالة.
- ٢- أن تأثير العوامل الخارجية على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة يعد جانباً مهماً يحتاج إلى دراسة معمقة، ومن العوامل الخارجية التي يمكن أن تؤثر على رضا العاملين، الظروف الاقتصادية حيث تؤثر الأوضاع الاقتصادية العامة على تخصيص الميزانيات والموارد المخصصة للعلاقات العامة، مما قد يؤدي إلى زيادة الضغط على العاملين.

٣- أن عدم توفير الحوافز الوظيفية وعدم اهتمام الإدارة العليا بآراء العاملين هما من أبرز المعوقات التي تعرقل تحقيق الرضا الوظيفي. وتؤثر هذه المعوقات على ممارسي العلاقات العامة عن طريق عدم توفر الحوافز الوظيفية حيث يمكن أن تتضمن الحوافز مكافآت مالية، ترقيات، أو مزايا إضافية، وعندما لا يشعر الموظفون بأن جهودهم تكافأ بشكل مناسب، قد يتراجع مستوى الدافع والإنتاجية.

٤- أن درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن بيئة العمل (المؤسسة) يتمثل في توفير المواد المكتبية اللازمة حيث يجب على المؤسسة التأكد من وجود كافة الأدوات والموارد التي يحتاجها الموظفون لأداء مهامهم بكفاءة، ويشمل ذلك المعدات التقنية، والأدوات المكتبية، والمكتبات الرقمية، مما يسهل على العاملين إنجاز العمل بشكل أفضل.

٥- أن درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة عن وظيفتهم يتمثل في أن الرضا الوظيفي ليس مجرد شعور بالارتياح تجاه الوظيفة، بل هو أيضاً يعكس ارتباط الأفراد بمؤسساتهم وإحساسهم بالإنجاز والمساهمة الفعالة، كذلك عندما يشعر ممارسي العلاقات العامة بالفخر عند إنجاز الأعمال بجودة عالية وتقان، فإن ذلك يساعد في تعزيز روح الفريق وزيادة الإنتاجية.

٦- مستوى أداء العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي يُعدُّ من العوامل الرئيسية التي تساهم في تحسين بيئة العمل وزيادة الإنتاجية، ويمكن للعلاقات العامة أن تلعب دوراً حيوياً في تطوير برامج تهدف إلى تعزيز الرضا الوظيفي من خلال تحسين قنوات الاتصال الداخلية بين الموظفين والإدارة، مما يتيح للموظفين التعبير عن آرائهم وأفكارهم، وكذلك تقديم ورش عمل وبرامج تدريبية تساعد الموظفين على تطوير مهاراتهم وزيادة كفاءاتهم.

❖ التوصيات :

يرى الباحث الأخذ بمجموعة من التوصيات الآتية:

١. العمل على عقد الدورات والورش المتخصصة للعلاقات العامة وبمختلف المؤسسات الدينية.
٢. العمل على تحسين المستويات الاتصالية بين الإدارة والعلاقات العامة مما يتيح للموظفين التعبير عن آرائهم وأفكارهم.
٣. إنشاء مقاييس للرضا الوظيفي للعاملين في ديوان الوقف السني لبيان أهم المعوقات والتحديات التي تواجههم في عملهم واستقبال آراء وشكاوى المواطنين وعالجتها من قبل ممارسي العلاقات العامة بالطرق العلمية .
٤. زيادة الحوافز والمكافآت للعاملين ادافع للعتاء وحثهم على تقديم المزيد من الجهود خدمة للصالح العام.
٥. العمل على توفير بيئة افضل للعمل وتجهيز المؤسسة بالاجهزة الالكترونية والمكتبية (الحاسبات -اثاث مكتبي) من اجل تقديم افضل الخدمات .
٦. إنشاء قسم خاص للعلاقات العامة يعمل على توظيف أنشطة العلاقات العامة بشكل دقيق داخل المؤسسات الدينية .
٧. إجراء المزيد من البحوث والاجراءات التي تساعد على تحديد مواطن الضعف والقوة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين.

المراجع

١. احمد كمال، العلاقات، ط٣، (القاهرة: ملتزم الطبع النشر مكتبة الانجل المصرية، ١٩٧٥م).
٢. بسام عبدالرحمن الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، (عمان: دار اسامة للنشر، ٢٠١٢م).
٣. حامد الحرفة، موسوعة الادارة الحديثة والحوافز، المجلد الاول، (بيروت: الدار العربية للموسوعات، ١٩٨٠م).
٤. حسين محمد علي، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية مفاهيم ووظائف، ط٢ (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٠م).
٥. خالدية العزاوي، القيم الاخلاقية وأثرها في تحقيق الرضا الوظيفي دراسة استطلاعية في المكتبة المركزية، جامعة بغداد، مجلة دنانير، العدد، ٢٠١٤م.
٦. ديو بولد ب. فان دالين، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة نبيل نوفل، وآخرون، ط٢، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٤م).
٧. ذوقان عبيدان ، وآخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ١٩٨٨م).
٨. ربحي داوود، تطور النظريات الاجتماعية، (عمان: دار تسنيم للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
٩. سامي بن عبدالله، الرضا الوظيفي لمندوبي المبيعات في القطاع الخاص السعودي (الكويت: المجلة العربية للعلوم الادارية، ٢٠٠٧م).
١٠. سعاد راغب الخطيب، المدخل الى العلاقات العامة، (عمان: دار النشر المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ٢٠٠٠م).
١١. سلطان محمد، السلوك الانساني في المنظمات، (الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٤م).
١٢. صالح خليل أبو اصبع، العلاقات العامة والاتصال الانساني، (عمان: دار الشروق، ٢٠٠٨م).
١٣. عبدالرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م).
١٤. عبدالرزاق محمد الدليمي، الهندسة البشرية والعلاقات العامة، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١١م).
١٥. عدنان ابو عمشة، العلاقات العامة ، (دمشق: سلسلة ابحاث ودراسات تصدر عن مركز تطوير الادارة الانتاجية، ١٩٨٣م).
١٦. علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام، (الاسكندرية: دار الجامعات المصرية، ١٩٨٥م).
١٧. علي عوجة، العلاقات العامة في المنشآت المالية، (القاهرة: عالم الكتاب، ١٩٨٣م).

١٨. العنزي سعد علي العنزي، السلوك التنظيمي انعكاسات السلوكيات الوظيفية للعاملين في أداء المنظمات، (بغداد: دار الكتب والوثائق، ٢٠١٧م).
١٩. كمال احمد ، العلاقات العامة، ط٣، (القاهرة: ملتزم الطبع النشر مكتبة الانجل المصرية، ١٩٧٥م).
٢٠. محمد ازهر السماك وآخرون، اصول البحث العلمي، ط٢، (الموصل: مطبعة صلاح الدين، ١٩٨٦م).
٢١. محمد الصاوي محمد مبارك ، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، (القاهرة: المكتبة الاكاديمية، ١٩٩٢م).
٢٢. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، (مصر: عالم الكتب، ٢٠٠٠م).
٢٣. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيقات رؤية معاصرة، (دبي: دار القلم للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م).
٢٤. يوسف السعيد، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي في صحيفتي الرأي والكويت تايمز الكويتيتين ، رسالة ماجستير غير منشورة ،الاردن، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١٣م.

References

1. Ahmed Kamal, Public Relations, 3rd ed., Cairo: Anglo-Egyptian Library, 1975.
2. Bassam Abdulrahman Al-Jarayda, Public Relations Management, Amman: Osama Publishing House, 2012.
3. Hamed Al-Hirfa, Encyclopedia of Modern Management and Incentives, Vol. 1, Beirut: Arab House for Encyclopedias, 1980.
4. Hussein Mohammed Ali, Public Relations in Industrial Institutions: Concepts and Functions, 2nd ed., Cairo: Anglo-Egyptian Library, 1980.
5. Khalidiya Al-Azzawi, Moral Values and Their Role in Achieving Job Satisfaction: An Exploratory Study in the Central Library of the University of Baghdad, Dananir Journal, Issue, 2014.
6. D.P. Van Dalen, Research Methods in Education and Psychology, Trans. Nabil Nawfal et al., 2nd ed., Cairo: Anglo-Egyptian Library, 1984.
7. Dhouqan Obeidat et al., Scientific Research: Its Concept, Tools, and Methods, Amman: Majdalawi Publishing and Distribution, 1988.
8. Rabi Dawood, Development of Social Theories, Amman: Tasneem Publishing and Distribution, 2008.
9. Sami bin Abdullah, Job Satisfaction of Sales Representatives in the Saudi Private Sector, Kuwait: Arab Journal of Administrative Sciences, 2007.

10. Souad Ragheb Al-Khatib, Introduction to Public Relations, Amman: Al-Maseerah Publishing and Distribution, 2000.
11. Sultan Mohammed, Human Behavior in Organizations, Alexandria: New University House, 2004.
12. Saleh Khalil Abu Asba', Public Relations and Human Communication, Amman: Dar Al-Shorouk, 2008.
13. Abdulrazzaq Mohammed Al-Dulaimi, Public Relations and Globalization, Amman: Jarir Publishing and Distribution, 2005.
14. Abdulrazzaq Mohammed Al-Dulaimi, Human Engineering and Public Relations, Amman: Wael Publishing and Distribution, 2011.
15. Adnan Abu Amsha, Public Relations, Damascus: Research and Studies Series, Center for Development of Productive Management, 1983.
16. Adnan Abu Amsha, Public Relations, Damascus: Research and Studies Series, Center for Development of Productive Management, 1983.
17. Ali Al-Baz, Public Relations, Human Relations, and Public Opinion, Alexandria: Egyptian Universities House, 1985.
18. Ali Ajwa, Public Relations in Financial Institutions, Cairo: Alam Al-Kitab, 1983.
19. Saad Ali Al-Enezi, Organizational Behavior: Reflections of Employees' Behavior on Organizational Performance, Baghdad: House of Books and Documents, 2017.
20. Kamal Ahmed, Public Relations, 3rd ed., Cairo: Anglo-Egyptian Library, 1975.
21. Mohammad Azhar Al-Sammak et al., Principles of Scientific Research, 2nd ed., Mosul: Salahaddin Press, 1986.
22. Mohammad Al-Sawy Mohammad Mubarak, Scientific Research: Its Foundations and How to Write It, Cairo: Academic Library, 1992.
23. Mohammad Abdel Hamid, Scientific Research in Media Studies, Egypt: Alam Al-Kutub, 2000.
24. Mohammad Naji Al-Jawhar, Public Relations: Principles and Applications, A Contemporary Vision, Dubai: Al-Qalam Publishing, 2004.
25. Youssef Al-Saeedi, The Role of Public Relations in Achieving Job Satisfaction in Al-Rai and Kuwait Times Newspapers, Unpublished Master's Thesis, Jordan: Middle East University, 2013.