

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٧ = ١.٣٤

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السادسة - العدد التاسع عشر - أبريل / يونيو ٢٠١٨

- الحضور الاعلامي السياسي للمرأة في التلفزيون العمومي الجزائري - تحليل نقدي لظاهرة الاقصاء الرمزي
أ.د/ رضوان بو جمعة (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
راجعي عيشوش (جامعة الجزائر ٣)
- الأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب السعودي
دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي
أ.م.د/ سعد بن سعود آل سعود (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣١
- أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي
أ.م.د/ صابر حارص محمد (الجامعة الخليجية - البحرين) ... ص ٧١
- تأثير استخدام مفهوم العلاقات العامة التسويقية على القيمة المعنوية للمنتج
دراسة على عملاء شركات الألبان العاملة في السعودية
د/ حمد بن ناصر الموسى (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٩٣
- المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل
ما قبل المدرسة
د/ إيمان فتحي عبد المحسن (جامعة أم القرى) ... ص ١٢٣
د/ سلوى علي الجيار (جامعة بور سعيد)
- تقييم الشباب لدراسة تخصص الإعلام باللغة الإنجليزية وانعكاسه على لغتهم العربية - دراسة ميدانية
د/ ميرهان محسن طنطاوي (جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا - الإمارات) ... ص ١٦٧
- شرعية شرعنة وسائل الإعلام
د/ عبد السلام أندولسي (جامعة عبد المالك السعدي - المغرب) ... ص ٢٠١
- فاعلية مطبوعات العلاقات العامة - دراسة تطبيقية على الجمهور
رلى عبد الرحمن علي صقر (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٢١١

ملخصات رسائل علمية:

- فاعلية استخدام أساليب الاتصال التسويقي المتكامل في مصر
دراسة ميدانية وتحليلية علي عينة من الشركات الوطنية ومتعددة الجنسيات
محمد حسني حسين محروس (جامعة الأزهر) ... ص ٢٣٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠١٨ EPRA

www.epra.org.eg

الهيئة العلمية

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ حسن عماد مكاي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طايح

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ جمال عبد الحي عمر النجار

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د/ بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد التاسع عشر - السنة السادسة - أبريل / يونيو ٢٠١٨

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د/ محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام

جامعة الغرير - (دبي)

د/ سهاد عادل محمد

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب

الجامعة المستنصرية - (العراق)

د/ نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام والعلوم

الإنسانية بجامعة عجمان (الإمارات)

علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية

رئيس اللجنة الثقافية بـ EPRA

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg - www.jpr.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفعسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.
- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٣٤ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٧ للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
 - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
 - يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية – وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
 - يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.

- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٠٠\$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض ٥٠% من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية .
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$ ، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epra.org.eg ، أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام السادس ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣م - يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها ثمانية عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية (EBSCO HOST) - دار المنظومة - العبيكان).

وفي العدد التاسع عشر من المجلة - والثاني في السنة السادسة - نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثًا مشتركًا مقدمًا من جامعة الجزائر ٣ لكل من: أ.د/ رضوان بو جمعة - من (الجزائر)، راجعي عيشوش من (الجزائر)، واللذان قدما دراسة عن: "الحضور الإعلامي السياسي للمرأة في التلفزيون العمومي الجزائري تحليل نقدي لظاهرة الإقصاء الرمزي".

أما: أ.م.د/ سعد بن سعود بن محمد آل سعود - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - من (المملكة العربية السعودية) فقدم دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بعنوان: "الأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب السعودي".

وقدم: أ.م.د/ صابر حارص محمد - الجامعة الخليجية بالبحرين - من (مصر)، دراسة عن: "أثر

الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي".

بينما قدم د/ حمد بن ناصر الموسى - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - من (المملكة العربية السعودية)، دراسة على عملاء شركات الألبان العاملة في السعودية عن: "تأثير استخدام مفهوم العلاقات العامة التسويقية على القيمة المعنوية للمنتج".

أما د/ إيمان فتحي عبد المحسن حسين - جامعة أم القرى - من (مصر) قدمت دراسة مشتركة مع د/ سلوى علي إبراهيم الجيار - جامعة بور سعيد - من (مصر) عن: " المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة".

بينما قدمت د/ ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي - جامعة العين - من (مصر)، بحثاً بعنوان: "تقييم الشباب لدراسة تخصص الإعلام باللغة الإنجليزية وانعكاسه على لغتهم العربية - دراسة ميدانية". ومن جامعة عبد المالك السعدي - قدم د/ عبد السلام أندلوسي- من (المغرب)، ورقة علمية بعنوان: "شرعية شرعة وسائل الإعلام".

وضمن متطلبات حصولها على درجة الدكتوراه قدمت الباحثة / رلى عبد الرحمن علي صقر - من (مصر)، بحثاً مستقلاً من رسالتها لنيل درجة الماجستير بعنوان: " فاعلية مطبوعات العلاقات العامة - دراسة تطبيقية على الجمهور".

وأخيراً يقدم الباحث/ محمد حسني محروس - جامعة الأزهر - من (مصر) عرضاً لرسالة دكتوراه بعنوان: "فاعلية استخدام أساليب الاتصال التسويقي المتكامل في مصر - دراسة ميدانية وتحليلية على عينة من الشركات الوطنية ومتعددة الجنسيات".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

فاعلية مطبوعات العلاقات العامة - دراسة تطبيقية على الجمهور

إعداد

رلى عبد الرحمن علي صقر (*)

(*) مدرس مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان في كلية الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، والبحث مستقل من رسالة الماجستير الخاصة بالباحثة بعنوان: "فاعلية مطبوعات العلاقات العامة دراسة على المضمون والجمهور"، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠١٤. تحت إشراف: أ.د / محمود يوسف رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان - جامعة القاهرة - د/ محمد كمال القاضي، مدرس بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة حلوان.

فاعلية مطبوعات العلاقات العامة - دراسة تطبيقية على الجمهور

رلى عبد الرحمن علي صقر
ehappop13@yahoo.com
جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

المخلص:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على فاعلية مطبوعات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة، تعد هذه الدراسة من نوعية الدراسات الوصفية Descriptive Studies. واستخدمت المنهج المسحي لعينة من العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في مصر وعددهم ٢٣٠ مفردة (فئات العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في هذه الدراسة- إدارة عليا- إدارة وسطى- إدارة دنيا) واختيرت عينة عمدية في الفترة الزمنية من ٢٠٠٧/١م - ٢٠٠٨/١م استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أثبتت النتائج أن مطبوعات العلاقات العامة تساهم في زيادة معرفة الجمهور بالمنظمة وساهم في إبراز دور المنظمة تتأثر بالمستوى التعليمي وتتأثر أيضاً بمهنة الموظف، ولكن لا تتأثر بعمر الموظف وأيضاً لا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكراً أو أنثى. كما ان مطبوعات العلاقات العامة لا يمكن الاستغناء عنها كما تساهم في حل الشائعات حول المنظمة

الكلمات المفتاحية: فاعلية مطبوعات العلاقات العامة - الجمهور الداخلي - الجمهور الخارجي.

مقدمة:

احتلت العلاقات العامة مكانة متميزة في الفكر الإداري الحديث، وأصبحت أحد أهم وظائف الإدارة، وأنعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة في المنظمات والهيئات والشركات والمؤسسات التي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة ووظائفها^(١).

ودخلت مهنة العلاقات العامة مجالات تطبيقية عديدة في المجتمع المعاصر، كما أن الحكومات الديمقراطية تسعى إلى التعرف على رغبات الجمهور وكسب ثقته وتأييده، لأنه هو الذي سيقوم بتنفيذ السياسات التي ترسمها وعليها يتوقف زوالها أو بقائها، فلقد تشابكت مصالح الناس وتباينت رغباتهم وزادت العلاقات الاعتمادية بين المنظمات، كما زادت قوة الرأي العام وأصبحت الحاجة ملحة لفهم دوافع ومطالب الأفراد والجماعات واضحى كسب تأييد وتعاون وثقة الآخرين عن طريق الاقناع جزءاً من العمل اليومي للمدير في أي نوع من أنواع المنظمات، سواء كانت اجتماعية أو دينية أو سياسية أو اقتصادية إذ أدركت هذه المؤسسات أنها لا يمكن أن تحقق نجاحاً إذا عزلت نفسها عنه، ومن هنا نشأت الحاجة في عصرنا الحالي إلى إسناد هذه المهمة - مهمة إقامة علاقات طيبة بين منشأة وجمهورها - على أشخاص متخصصين في هذه الناحية، وبذلك أنشئت إدارة العلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات المختلفة ، والتي أصبحت من ضروريات وقتنا الحاضر. ^(٢)

ويسعى الاتصال إلى رفع الروح المعنوية للعاملين داخل المنشآت والمنظمات وتحسين الصورة الذهنية لها، وتتعدد وسائل الاتصال، فهناك الوسائل المطبوعة مثل خطابات الإدارة، وصحف ومجلات العاملين، والمنشورات، والتقارير السنوية المالية والإدارية، والكتب والكتيبات والنشرات وغيرها، وهي الأكثر شيوعاً في مخاطبة الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي ومن أهم الأدوات التي تستخدمها^(٣).

وتتميز مطبوعات العلاقات العامة بتنوع مضمونها وأشكالها بالرغم من وجود مبادئ أساسية ينبغي أن تسري على كل مطبوعاتها لكي تؤدي وظيفتها كوسيلة اتصال فعالة بين المنظمة وجمهورها ومن هنا جاءت الدراسة لتلقي الضوء على فاعلية مطبوعات العلاقات العامة في المؤسسات.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على فاعلية مطبوعات العلاقات العامة في المنظمات فقد أسفرت أغلب نتائج الدراسات السابقة مثل: دراسة نبيل العطار (٢٠٠٠م)^(٤) ودراسة منى صبحي، (٢٠٠١م)^(٥)، دراسة غادة فاروق (٢٠٠١م)^(٦) ودراسة عبد الصادق حسن (٢٠٠٣م)^(٧) ودراسة سالم تبوك، (٢٠٠٣م)^(٨) دراسة أمنية جعفر عبد الراضي (٢٠٠٢م)^(٩) دراسة Doyle (٢٠٠٢م)^(١٠)، دراسة فؤاد علي حسين سعدان، (٢٠٠٤م)^(١١) ودراسة حمدي عبد الحافظ (٢٠٠٣م)^(١٢) دراسة Julie Mackenzie (٢٠٠٦م)^(١٣) ودراسة بسنت عبد المحسن، (٢٠٠٨م)^(١٤) ودراسة حاتم عاطف، (٢٠٠٨م)^(١٥) ودراسة محمد عبد الناصر (٢٠١٣م)^(١٦) ودراسة حمد راشد (٢٠١٧م)^(١٧) وبالرغم من أهمية هذه المطبوعات وضرورتها فلم تبرز هذه الدراسات السابقة أهمية المطبوعات بشكل واضح وهذا ما أثار انتباه الباحثة لتلك الفكرة وأن تبدأ من حيث انتهى الآخرون.

حاولت الدراسة الحالية الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى فاعلية مطبوعات العلاقات العامة؟ والذي يتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

١- ما مدى تعرض جمهور الدراسة لمطبوعات العلاقات العامة؟

٢- ما مدى ما يقدمه مضمون المطبوعة من مستوى معلومات ومستوى معرفة واتجاه وسلوك؟!

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على فاعلية مطبوعات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة.

والذي يتفرع منه الأهداف التالية:

١- التعرف على أسباب تعرض الجمهور الداخلي لهذه المطبوعات.

٢- التعرف على حاجة الجمهور الداخلي الفعلية من المضامين الإعلامية داخل مطبوعات العلاقات العامة ومدى تأثير تلك المطبوعات على هذا الجمهور.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في التعرف على أهمية مطبوعات العلاقات العامة بالنسبة للجمهور الداخلي "العاملين داخل المنظمات" في القطاعين العام والخاص ومدى فهمه منها ومدى فاعلية تلك المطبوعات.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من نوعية الدراسات الوصفية Descriptive Studies. وتستخدم الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام لغرض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات والأحداث وكذلك في وصف الدوافع والحاجات والتفضيل.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي لعينة من العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في مصر بهدف قياس فاعلية المطبوعات التي تصدرها إدارات العلاقات العامة ومعرفة المتغيرات الوسيطة التي تلعب دوراً أساسياً في هذه الفاعلية.

مجتمع الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على مجتمع العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية التي يشترط بها وجود إنتاج مطبوع للعلاقات العامة، وأن تكون هذه المطبوعات موجهة لجمهور العاملين، سواء كانت موجهة للجمهور الخارجي أيضاً في بعض المنظمات، أو موجهة لجمهور العاملين فقط.

حجم العينة وأسلوب اختيارها:

تجرى هذه الدراسة على عينة قوامها ٢٣٠ مفردة من العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في مصر، (فئات العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في هذه الدراسة- إدارة عليا-إدارة وسطى- إدارة دنيا) وقد كانت العينة العمدية هي الأسلوب الملائم لاختيار عينة الدراسة وقد كانت الفترة الزمنية من ٢٠٠٧/١م - ٢٠٠٨/١م وذلك لعمل حصر شامل على جميع أنواع المطبوعات والدوريات التي تصدرها إدارات العلاقات العامة سواء شهرية، دورية، نصف سنوية، وفصلية.

أدوات الدراسة:

استخدمت الباحثة صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات.

ثبات القياس Reliability:

تم اختبار الثبات بإجراء اختبار بعدي ١٥% من عينة الدراسة، وثبت وجود معامل ثبات عالي بلغ ٩٢%، وهي نسبة عالية في ضوء أن أغلب أسئلة الاستمارة تعبر عن آراء واتجاهات، ومعرفة وسلوك، وهي مجالات سريعة التغيير، وبفضل هذه النتيجة تأكدت صلاحية المقياس للتطبيق.

صدق المقياس Validity:

ويقصد بصدق المقياس أن يكون قادراً على قياس ما استهدف قياسه وللتأكد من صدق القياس مرت الاستمارة بالخطوات الآتية:^(١٨)

- ١- التحديد الدقيق لأبعاد وأهداف وتساؤلات الدراسة، وتموضع مجموعة من الأسئلة المغلقة والمغلقة المفتوحة والمفتوحة المغلقة لتغطية أبعاد الدراسة بشكل دقيق.
- ٢- تم عرض الاستمارة على المحكمين.
- ٣- الاختبار القبلي لعينة قدرها ١٥% من المبحوثين.

توزيع العينة:

جدول رقم (١)

تنوعت الجهات محل الدراسة من حيث طبيعتها، ومن حيث تقسيم المستويات الإدارية والجدول التالي يوضح توزيع العينة وفق مستوياتهم الإدارية

المجموع	إدارة دنيا	إدارة وسطى	إدارة عليا	المستوى الإداري للموظف	جهات الدراسة
٢٥	٥	١٦	٤		البنك الأهلي
٨	١	٥	٢		بنك بركليز
٢٣	٦	١٢	٥		شركة سيد للأدوية
٢٩	٧	١٥	٧		شركة مصر الجديدة للإسكان والتعمير
١٩	٦	١٠	٣		وزارة الزراعة
٢٠	٤	١٣	٣		شركة بلوبيدجز مصر المحدودة
٢٥	٥	١٥	٥		شركة المقاولون العرب
١٥	٣	٨	٤		شركة الأهلي للتنمية العقارية
٢٥	١٢	١١	٢		مصلحة الضرائب المصرية
٢٠	٥	١٠	٥		الشركة المتحدة للبرمجيات
٢١	٦	٩	٦		شركة GMC
٢٣٠	٦٠	١٢٤	٤٦		المجموع

٤- وقد تم تقسيم العاملين على أساس المستوى الإداري للموظف وفق الدرجة الوظيفية للموظف على الأسس الآتية:

٥- الإدارة العليا: مدير عام - وكيل وزارة (رئيس قطاع) - وكيل أول الوزارة (رئيس قطاعات).

٦- الإدارة الوسطى: الدرجة الثالثة - الدرجة الثانية - الدرجة الأولى - مدير إدارة.

٧- الدرجة الدنيا: العمال . السعاة - مسئولو الأمن - الدرجة الرابعة.

٨- أما البنوك فهي تتبع أيضاً تقسيماً خاصاً:

٩- إدارة عليا: مدير فرع - رئيس قسم.

١٠- إدارة وسطى: مصرفي أ - مصرفي ب - مصرفي ج

١١- إدارة دنيا: عمال - مسئولو أمن - سعاة

جدول رقم (٢)

العلاقة بين نوع الموظف ومساهمة مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة

الإجمالي	النوع		هل ساهمت مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة * النوع
	أنثى	ذكر	
%٢٤.٥	%٣٢.٨	%٢٠	دائماً
%٦٧.٩	%٥٧.٨	%٧٣.٣	أحياناً
%٧.٦	%٩.٤	%٦.٧	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٦٧.٩ % أحياناً تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة ثم نسبة ٢٤.٥ % دائماً وأخيراً نسبة ٧.٦ % لا تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة، من حيث النوع: ذكر: جاءت أعلى نسبة ٧٣.٣ % أحياناً تساهم، ونسبة ٢٠ % دائماً تساهم ، ونسبة ٦.٧ % لا تساهم ، أنثى: جاءت أعلى نسبة ٥٧.٨ % أحياناً تساهم، ونسبة ٣٢.٨ % دائماً

تساهم، وأخيراً نسبة ٩.٤ % لا تساهم، وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين نوع الموظف ومساهمة مطبوعات العلاقات العامة في معرفتك بالمنظمة جاءت قيمة $\chi^2 = ٤.٦٨٤$ ، ودرجات الحرية = ٢، ومستوى المعنوية = ٠.٠٩٦، وحيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن الموظف لا يؤثر على نوع مساهمة مطبوعات العلاقات العامة في معرفتك بالمنظمة.

جدول رقم (٣)

العلاقة بين المستوى التعليمي ومساهمة مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة

الإجمالي	المستوى التعليمي							هل ساهمت مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة* المستوى التعليمي
	فوق جامعي	جامعي	دبلوم	ثانوي	إعدادي	ابتدائي	يقرأ بدون شهادة	
%٢٦.٢	%٢٧.٨	%٢٩.١	%١٨.٦	-	%٦٦.٧	-	% ١٠٠	دائماً
%٦٦	%٦٦.٧	%٦٢.٤	%٧٦.٧	%٧٥	%٣٣.٣	% ١٠٠	-	أحياناً
%٧.٤	%٥.٦	%٨.٥	%٤.٧	%٢٥	-	-	-	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٦٦ % أحياناً تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة تليها نسبة ٢٦.٦ % دائماً تساهم وأخيراً نسبة ٧.٤ % لا تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة، من حيث المستوى التعليمي: يقرأ بدون شهادة: بنسبة ١٠٠% دائماً تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة، ابتدائي: بنسبة ١٠٠% أحياناً تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة، إعدادي: بنسبة ٦٦.٧ % دائماً تساهم، ونسبة ٣٣.٣ % أحياناً تساهم، ثانوي: نسبة ٧٥ % أحياناً تساهم، ونسبة ٢٥ % لا تساهم.

- دبلوم: نسبة ٧٦.٧ % أحياناً تساهم، ونسبة ١٨.٦ % دائماً تساهم ونسبة ٤.٧ % دائماً تساهم.
- جامعي: نسبة ٦٢.٤ % أحياناً تساهم، ونسبة ٢٩.١ % دائماً تساهم، ونسبة ٨.٥ % لا تساهم.
- فوق جامعي: نسبة ٦٦.٧ % أحياناً تساهم، ونسبة ٢٧.٨ % دائماً تساهم، ونسبة ٥.٦ % لا تساهم، وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين المستوى التعليمي للموظف ومساهمة مطبوعات العلاقات العامة في معرفتك بالمنظمة جاءت قيمة $\chi^2 = ١٢.١٠٢$ ، ودرجات الحرية = ١٢، ومستوى المعنوية = ٠.٤٣٨، وحيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن المستوى التعليمي للموظف لا يؤثر على مساهمة مطبوعات العلاقات العامة في معرفته بالمنظمة.

جدول رقم (٤)
العلاقة بين مهنة الموظف ومساهمة مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة

الإجمالي	المهنة					هل ساهمت مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة* المهنة
	أخرى تذكر	فني	عامل	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	
%٢٧	%٣٣.٣	%١١.١	%٣٠	%٣١.٧	%٢٦.١	دائماً
%٦٦.١	%٥٠	%٧٧.٨	%٧٠	%٥٨.٧	%٦٩.٦	أحياناً
%٦.٩	%١٦.٧	%١١.١	-	%٩.٥	%٤.٣	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: جاءت أعلى نسبة ٦٦.١ % أحياناً تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة ثم تليها نسبة ٢٧% دائماً تساهم ثم أخيراً نسبة ٦.٩ % لا تساهم مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة، من حيث المهنة:

- موظف حكومي : نسبة ٦٩.٦ % أحياناً تساهم، ونسبة ٢٦.١ % دائماً تساهم ونسبة ٤.٣ % لا تساهم،
- موظف قطاع خاص : نسبة ٥٨.٧ % أحياناً تساهم، ونسبة ٣١.٧ % دائماً تساهم، ونسبة ٩.٥ % لا تساهم،
- عامل : نسبة ٧٠ % أحياناً تساهم والنسبة الباقية ٣٠ % دائماً تساهم
- فني : نسبة ٧٧.٨ % أحياناً تساهم، ١١% دائماً تساهم، ونسبة ١١.١ % لا تساهم.
- أخرى : نسبة ٥٠ % أحياناً تساهم، ونسبة ٣٣.٣ % دائماً تساهم، ونسبة ١٦.٧ % لا تساهم
- وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين مهنة الموظف ومساهمة مطبوعات العلاقات العامة في معرفتك بالمنظمة جاءت قيمة جاءت قيمة كاي^٢=٧.١٦٥ ، ودرجات الحرية = ٨ ، ومستوى المعنوية = ٠.٥١٩ ، وحيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن مهنة الموظف لا تؤثر على مساهمة مطبوعات العلاقات العامة في معرفتك بالمنظمة.

جدول رقم (٥)
العلاقة بين عمر الموظف ومعالجة المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة .

الإجمالي	العمر					هل ساهمت مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معرفتك بالمنظمة
	من ٥١ حتى ٦٠ سنة	من ٤١ حتى ٥٠ سنة	من ٣١ حتى ٤٠ سنة	من ٢١ حتى ٣٠ سنة	من ١٦ حتى ٢٠ سنة	
%١٣.٦	%١٠.٥	%٦.٢	%١٨.٤	%١٤.٨	-	موافق
%٧٦.٦	%٧٨.٩	%٨٧.٥	%٧٣.٥	%٧٢.٨	%١٠٠	محايد
%٩.٨	%١٠.٥	%٦.٢	%٨.٢	%١٢.٣	-	معارض
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي :-

- جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٦.٦ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم تليها نسبة ١٣.٦ % دائماً تعالج، وأخيراً نسبة ٩.٨ % لا تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة.

من حيث العمر: من ١٦:٢٠ سنة: بنسبة ١٠٠ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة. - كم ٢١:٣٠ سنة ٧٢.٨ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ١٨.٤ % دائماً تعالج وأخيراً نسبة ٨.٢ % لا تعالج.

من ٥٠:٤١ سنة : جاءت أعلى نسبة ٨٧.٥ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ٦.٢ % دائماً تعالج نسبة ٦.٢ % لا تعالج.

من ٦٠:٥١ سنة : جاءت أعلى نسبة ٧٨.٩ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً المنظمة ثم نسب ١٠.٥ % دائماً تعالج، نسبة ١٠.٥ % لا تعالج وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين عمر الموظف ومعالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة جاءت قيمة كاي^٢=٥.٠٤٤، ودرجات الحرية = ٨، ومستوي المعنوية = ٠.٧٥٣، وحيث أن مستوي المعنوية أكبر من ٠.٠٥، فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن عمر الموظف لا يؤثر على معالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة.

جدول رقم (٦)

العلاقة بين نوع الموظف ومعالجة المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة

الإجمالي	النوع		هل تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة
	أنثى	ذكر	
١٤.٧%	١٠.٩%	١٦.٧%	موافق
٧٥.٥%	٧٥%	٧٥.٨%	محايد
٩.٨%	١٤.١%	٧.٥%	معارض
١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي :

- جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٥.٥ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ١٤.٧ % دائماً تعالج وأخيراً نسبة ٩.٨ % لا تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة.

من حيث النوع : ذكر: جاءت أعلى نسبة ٧٥.٨ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ١٦.٧ % تعالج وأخيراً نسبة ٧.٥ % لا تعالج.

أنثى: جاءت أعلى نسبة ٧٥ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ١٤.١ % لا تعالج وأخيراً نسبة ١٠.٩ % دائماً تعالج.

وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين نوع الموظف ومعالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظم جاءت قيمة كاي^٢=٢.٧٧٥، ودرجات الحرية = ٢، ومستوي المعنوية = ٠.٢٥٠، وحيث أن مستوي المعنوية أكبر من

٠.٠٥ فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن نوع الوظيفة سواء ذكر أو أنثى لا يؤثر على معالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة.

جدول رقم (٧)

العلاقة بين المستوى التعليمي للموظف ومعالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة

الإجمالي	المستوى التعليمي							هل تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة
	بقرأ بدون شهادة	ابتدائي	إعدادي	ثانوي	دبلوم	جامعي	فوق جامعي	
١٤.٤	-	-	٦٦.٧	-	٩.٣	١٦.٢	١١.١	موافق
٧٦.١	%١٠٠	%١٠٠	%٣٣.٣	%١٠٠	٨٦	٧١.٨	٧٧.٨	محايد
٩.٦	-	-	-	-	٤.٧	١٢	١١.١	معارض
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي:

- جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٦.١ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ١٤.٤ % تعالج دائماً، وأخيراً نسبة ٩.٦ % لا تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة.

من حيث المستوى التعليمي: يقرأ بدون شهادة: بنسبة ١٠٠ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة. ابتدائي: بنسبة ١٠٠ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة. إعدادي: نجد أن نسبة ٦٦.٧ % دائماً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظم والنسبة الباقية ٣٣.٣ % أحياناً تعالج. ثانوي: بنسبة ١٠٠ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة. دبلوم: جاءت أعلى نسبة ٨٦ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ٩.٣ % دائماً تعالج، ونسبة ٤.٧ % لا تعالج. جامعي: جاءت أعلى نسبة ٧١.٨ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ١٢ % لا تعالج. فوق جامعي: جاءت أعلى نسبة ٧٧.٨ % أحياناً تعالج المطبوعات الشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة ثم نسبة ١١.١ % دائماً تعالج، ونسبة ١١.١ % لا تعالج. وباستخدام اختبار كاي للعلاقة بين المستوى التعليمي للموظف ومعالج المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة جاءت قيمة كاي = ١١٢.٧٩٣، ودرجات الحرية = ١٢، ومستوي المعنوية = ٠.٣٨٤، وحيث أن مستوي المعنوية أكبر من ٠.٠٥، فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن المستوى التعليمي للموظف لا يؤثر على معالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة.

من الجدول السابق يتضح أن: جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٠.٣ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٦.٨ % لا تعبر، وأخيراً نسبة ١٣ % دائماً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين، من حيث العمر: من ١٦:٢٠ بنسبة ١٠٠% أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين. من ٣٠:٢١: جاءت أعلى نسبة ٦١.٧ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ٢١ % لا تعبر، وأخيراً نسبة ١٧.٣ % دائماً تعبر. من ٤٠:٣١ سنة: جاءت أعلى نسبة ٧٣.٥ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٦.٣ % لا تعبر وأخيراً نسبة ١٠.٢ % دائماً تعبر. من ٥٠:٤١ سنة: جاءت أعلى نسبة ٧٥.٨ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٢.١ % دائماً تعبر، نسبة ١٢.١ % لا تعبر. من ٦٠:٥١ سنة: جاءت أعلى نسبة ٨٤.٢ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٠.٥ % لا تعبر وأخيراً ٥.٣ % دائماً تعبر.

وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين عمر الموظف وتعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين جاءت قيمة كاي^٢=٦.٩٢١ أو درجات الحرية =٨، ومستوي المعنوية =٠.٥٤٥ بين المتغيرين أي أن عمر الموظف لا يؤثر على تعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين.

جدول رقم (١٠)
العلاقة من نوع الموظف وتعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين

الإجمالي	النوع		هل تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين
	أنثى	ذكر	
١٣.٥	١٧.٢	١١.٦	موافق
٦٩.٧	٦٥.٦	٧١.٩	محايد
١٦.٦	١٧.٢	١٥.٥	معارض
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي: جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٦٩.٧ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٦.٨ % لا تعبر وأخيراً نسبة ١٣.٥ % دائماً تعبر.

من حيث النوع: ذكر: جاءت أعلى نسبة ٧١.٩ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٦.٥ % لا تعبر وأخيراً نسبة ١١.٦ % دائماً تعبر. أنثى: جاءت أعلى نسبة ٦٥.٦ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٧.٢ % دائماً تعبر وأخيراً نسبة ١٧.٢ % لا تعبر.

وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين نوع الموظف وتعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين جاءت قيمة كاي^٢=١.٢٢٥، ودرجات الحرية =٢، ومستوي المعنوية =٠.٥٤٢، وحيث أن مستوي المعنوية أكبر من ٠.٠٥ فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن نوع الموظف سواء ذكر أو أنثى لا يؤثر على تعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين.

جدول رقم (١١)
العلاقة بين المستوى الإقليمي للموظف وتعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين

الإجمالي	المستوى التعليمي							هل تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين
	فوق جامعي	جامعي	دبلوم	ثانوي	إعدادي	ابتدائي	بقرأ بدون شهادة	
%١٣.٢	%٢٢.٢	%٦.٨	%٢٢.٧	-	%٣٣.٣	%٥٠	%١٠٠	موافق
%٧٠.٤	%٥	%٧١.٨	%٧٥	%١٠٠	%٦٦.٧	%٥٠	-	محايد
%١٦.٤	%٢٧.٨	%٢١.٤	%٢.٣	-	-	-	-	معارض
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي :-

- جاءت المرتبة الأولى بنسبة % ٧٠.٤ أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة % ١٦.٤ لا تعبر وأخيراً نسبة % ١٣.٢ دائماً تعبر المطبوعات من وجهة نظر العاملين.

من حيث المستوى التعليمي: يقرأ بدون شهادة : نسبة %١٠٠ دائماً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين، ابتدائي: جاءت النسبة بالتساوي بنسبة % ٥٠ لكل من (دائماً - أحياناً).

اعدادي : نسبة % ٦٦.٧ أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين والنسبة (الباقية % ٣٣.٣ دائماً تعبر، ثانوي : نسبة % ١٠٠ أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين.

دبلوم : جاءت أعلى نسبة % ٧٥ أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة % ٢٢.٧ دائماً وأخيراً نسبة % ٢.٣ لا تعبر.

جامعي : جاءت أعلى نسبة % ٧١.٨ أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم تليها نسبة % ٢١.٤ لا تعبر وأخيراً نسبة % ٦.٨ لا تعبر.

فوق جامعي : جاءت أعلى نسبة % ٥٠ أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم تليها نسبة % ٢٧.٨ لا تعبر، وأخيراً نسبة % ٢٢.٢ دائماً تعبر.

وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين المستوى التعليمي للموظف وتعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين جاءت قيم كاي^٢=٢٩.٦٢٧، ودرجات الحرية =١٢، ومستوي المعنوية =٠.٠٠٠٣، وحيث أن مستوي المعنوية أقل من ٠.٠٥ فهذا يدل علي وجود علاقة بين المتغيرين أي أن المستوى التعليمي للموظف يؤثر على تعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين.

جدول رقم (١٢)
العلاقة بين مهنة الموظف وتعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين

الإجمالي	المهنة					هل تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين
	أخرى تذكر	فني	عامل	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	
%١٣.٧	-	%٢٢.٢	%٣٠	%١٨.٨	%٧.٦	موافق
%٧٠.٥	%٣٣.٣	%٧٧.٨	%٧٠	%٧١.٩	%٧٠.٧	محايد
%١٥.٨	٦٦.٧	-	-	%٩.٤	%٢١.٧	معارض
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي:

جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٠.٥ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ١٥.٨ % لا تعبر وأخيراً ثم ١٣.٧ % دائماً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين .

من حيث المهنة:

موظف حكومي : جاءت أعلى نسبة ٧٠.٧ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم نسبة ٢١.٧ % لا تعبر وأخيراً نسبة ٧.٦ % دائماً تعبر.

موظف قطاع خاص: جاءت أعلى نسبة ٧١.٩ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ثم يليها نسبة ١٨.٨ % دائماً تعبر، وأخيراً ٩.٤ % لا تعبر.

عامل: نسبة ٧٠ % أحياناً تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين، ونسبة ٣٠ % دائماً تعبر.

أخرى : نسبة ٦٦.٧ % لا تعبر المطبوعات عن وجهة نظر العاملين ونسبة ٣٣.٣ % أحياناً تعبر.

وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين مهنة الموظف وتعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين جاءت قيمة كاي^٢ = ٢٦٧٢٣، ودرجات الحرية = ٨، ومستوي المعنوية = ٠.٠٠٠١، وحيث أن مستوي المعنوية أقل من ٠.٠٠٥، فهذا يدل على وجود علاقة بين المتغيرين أي أن مهنة الموظف تؤثر علي تعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين.

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين العمر ومساهمة مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين

الإجمالي	العمر					هل أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين
	من ٥١ حتى ٦٠ سنة	من ٤١ حتى ٥٠ سنة	من ٣١ حتى ٤٠ سنة	من ٢١ حتى ٣٠ سنة	من ١٦ حتى ٢٠ سنة	
٦٦.٧	٨٩.٥	٦٩.٧	٦٧.٣	٥٩.٥	٦٦.٧	أسهمت
%٣٣.٣	١٠.٥	٣٠.٣	٣٢.٧	٤٠.٥	٣٣.٣	لم تسهم
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي:

نجد أن نسبة ٦٦.٧ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين ونسبة ٣٣.٣ % لم تسهم. من حيث العمر :من ٢٠:١٦ سنة :نسبة ٦٦.٧ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين ونسبة ٣٣.٣ % لم تسهم ، من ٢١:٣٠ سنة :نسبة ٥٩.٥ % أسهمت مضامين

من الجدول السابق اتضح الآتي :

نجد أن نسبة ٦٧.٤ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين بينما نسبة ٣٢.٦ % لم تسهم، من حيث المستوى التعليمي، يقرأ بدون شهادة : بنسبة ١٠٠ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين،، ابتدائي:نسبة ٥ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين بينما نسبة ٥٠ % لم تسهم، إعدادي : نسبة ١٠٠% أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين، ثانوي :نسبة ٧٥ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين في حين أن نسبة ٢٥ % لم تسهم، جامعي :نسبة ٥٨.٣ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين بينما نسبة ٤١.٧ % لم تسهم. فوق جامعي : نسبة ٦٦.٧ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين في حين أن نسبة ٣٣.٣ % لم تسهم، وباستخدام اختبار كاي^٢ جاءت قيمة كاي^٢=١٥.٧١٧ ودرجات الحرية =٦، ومستوي المعنوية =٠.٠١٥ وحيث أن مستوي المعنوية أقل من ٠.٠٥ فهذا يدل علي وجود علاقة بين المتغيرين، أي أن المستوى التعليمي للموظف يؤثر علي مساهمة مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة % بالعاملين.

جدول رقم (١٦)

العلاقة بين مهنة الموظف ومساهمة مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين .

الإجمالي	المهنة					هل أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين
	أخرى تذكر	فني	عامل	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	
%٦٧.٦	%٦٠	%٧٧.٨	%٩٠	%٧٧.٨	%٥٦.٥	أسهمت
%٣٢.٤	%٤٠	%٢٢.٢	%١٠	%٢٢.٢	%٤٣.٥	لم تسهم
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابقة اتضح الآتي :

نجد أن نسبة ٦٧.٦ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين في حين أن نسبة ٣٢.٤ % لم تسهم.

من حيث المهنة : موظف حكومي نسبة ٥٦.٥ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين في حين أن نسبة ٤٣.٥ % لم تسهم موظف قطاع خاص :نسبة ٧٧.٨ % أسهمت ونسبة ٢٢.٢ % لم تسهم مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين، عامل: نسبة ٩٠ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين بينما نسبة ١٠ % لم تسهم، فني: نسبة ٧٧.٨ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل المختصة بالعاملين بينما نسبة ٢٢.٢ % لم تسهم، أخرى: نسبة ٦٠ % أسهمت مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين ونسبة ٤٠ % لم تسهم.

وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين مهنة الموظف ومساهمة مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين جاءت قيمة كاي^٢=١١.٤٠٠ ودرجات الحرية =٤ ومستوي المعنوية =٠.٠٢٢، وحيث أن مستوي المعنوية أقل من ٠.٠٥ فهذا يدل علي وجود علاقة بين المتغيرين؛ أي أن مهنة الموظف تؤثر علي مساهمة مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين.

جدول رقم (١٧)

العلاقة بين عمر الموظف والشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلي الاحترام والتقدير

الإجمالي	المهنة					هل تشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير
	من ٥١ حتى ٦٠ سنة	من ٤١ حتى ٥٠ سنة	من ٣١ حتى ٤٠ سنة	من ٢١ حتى ٣٠ سنة	من ١٦ حتى ٢٠ سنة	
%٥	-	-	-	%١.٣	-	٠
%٧٧.٦	%٨٩.٥	%٨٤.٨	%٧٥.٥	%٧٤.٧	%٣٣.٣	نعم
%٢١.٩	%١٠.٥	%١٥.٢	%٢٤.٥	%٢٤.١	%٦٦.٧	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابقة اتضح الآتي:

- جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٧.٦ % نعم تشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين علي الاحترام والتقدير ثم نسبة ٢١.٩ % لا تشعر وأخيراً نسبة ٠.٥ % عدم إبداء أي رأي، من حيث العمر: من ٢٠:١٦ سنة نسبة ٦٦.٧ % لا تشعر ونسبة ٣٣.٣ % نعم نشعر.

من ٢١:٣٠ سنة: أعلى نسبة ٧٤.٧ % نعم نشعر ثم نسبة ٢٤.١ % لا نشعر ونسبة ١.٣ % لم تبد أي رأي، من ٣١:٤٠ سنة: نسبة ٧٥.٥ % نعم نشعر، ونسبة ٢٤.٥ % لا نشعر.

من ٤١ : ٥٠ سنة: نسبة ٨٤.٨ %، نعم نشعر، ونسبة ١٥.٢ % لا نشعر، من ٥١ : ٦٠ سنة: نسبة ٨٩.٥ % نعم نشعر، ونسبة ١٠.٥ % لا نشعر، وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين عمر الموظف والشعور بأن مضمون العلاقات العام يلبى حاجة العاملين إلي الاحترام والتقدير جاءت قيمة كاي^٢=٧.٦٣٧، ودرجات الحرية =٨، ومستوي المعنوية =٠.٤٧٠ وحيث أن مستوي المعنوية أكبر من ٠.٠٥، فهذا يدل علي عدم وجود علاقة بين عمر الموظف والشعور بأن مضمون العلاقات العام يلبي حاجة العاملين إلي الاحترام والتقدير.

جدول رقم (١٨)

العلاقة بين نوع الموظف والشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلي الاحترام والتقدير

الإجمالي	النوع		هل تشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير
	أنثى	ذكر	
%٥	%١.٦	-	٠
%٧٧.٦	%٧٩.٤	%٧٦.٧	نعم
%٢١.٩	%١٩	%٢٣.٣	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق أتضح الآتي:

جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٧.٦ % نعم نشعر بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين على الاحترام والتقدير ثم نسبة ٢١.٩ % لا نشعر وأخيراً أن نسبة ٠.٥ % لم يبدوا الرأي من حيث النوع : ذكر: نسبة ٧٦.٧ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير ، ونسبة ٢٣.٣ % لا نشعر، أنثي: أعلى نسبة ٧٩.٤ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير ثم نسبة ١٩ % لا نشعر، وأخيراً نسبة ١.٦ % لم يبدوا الرأي، وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين نوع الموظف والشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير جاءت قيمة كاي^٢=٢.٢٩١، أكبر من ٠.٠٥ فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن نوع الموظف سواء ذكر أو أنثي لا يؤثر على الشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير .

جدول رقم (١٩)

العلاقة بين المستوى التعليمي والشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير

الإجمالي	المستوى التعليمي							هل تشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير
	فوق جامعي	جامعي	دبلوم	ثانوي	إعدادي	ابتدائي	يقرأ بدون شهادة	
٥%	٩%	-	-	-	-	-	-	٠
٧٨.٦%	٦٦.٩%	٧٣.٩%	٩٣.٢%	١٠٠%	٦٦.٧%	١٠٠%	١٠٠%	نعم
٢٠.٩%	٣٣.٣%	٢٥.٢%	٦.٨%	-	٣٣.٣%	-	-	لا
١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي: جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٨.٦ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين على الاحترام والتقدير ثم نسبة ٢٠.٩ % لا نشعر وأخيراً نسبة ٠.٥ % لم يبدوا الرأي. من حيث المستوى التعليمي : يقرأ بدون شهادة: نسبة ١٠٠ % نعم نشعر بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير. ابتدائي: نسب ١٠٠ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير، اعدادي: نسبة ٦٦.٧ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير، ونسبة ٣٣.٣ % لا نشعر، ثانوي : نسبة ١٠٠ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير، دبلوم: نسبة ٩٣.٢ % نعم نشعر ثم نسبة ٦.٨ % لا نشعر، جامعي: نسبة ٧٣.٩ % نعم نشعر ثم نسبة ٢٥.٢ % لا نشعر ونسبة ٠.٥ % نعم نشعر ثم نسبة ٢٥.٢ % لا نشعر، ونسبة ٠.٥ % لمن يبدوا الرأي، فوق جامعي: نسبة ٦٦.٧ % نعم نشعر ونسبة ٣٣.٣ % لا نشعر، وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين المستوى التعليمي والشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير جاءت قيمة كاي^٢=١.١٦ ودرجات الحرية =١٢، ومستوي المعنوية =٠.٥١٥، وحيث أن مستوي المعنوية أكبر من ٠.٠٥ فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن المستوى التعليمي للموظف لا يؤثر على الشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير .

جدول رقم (٢٠)

العلاقة بين مهنة الموظف والشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير

الإجمالي	المهنة					هل تشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير
	أخرى تذكر	فني	عامل	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	
%٥	-	-	-	-	%١.١	٠
%٧٨.٢	%٦٠	%١٠٠	%١٠٠	%٨٢.٨	%٦٩.٦	نعم
%٢١.٣	%٤٠	-	-	%١٧.٢	٢٩.٣	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق يتضح الآتي:

جاءت المرتبة الأولى ٧٨.٢ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير ثم نسبة ٢١.٣ % لا نشعر ثم نسبة ٠.٥ % لم يبدوا الرأي.

من حيث المهنة: موظف حكومي: أعلى نسبة ٦٩.٦ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين على الاحترام والتقدير، ثم نسبة ٢٩.٣ % لا نشعر وأخيراً نسبة ١.١ % لم يبدوا الرأي، موظف قطاع: نسبة ٨٢.٨ % نعم نشعر، ونسبة ١٧.٢ % لا نشعر.

عامل: نسبة ١٠٠ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي العاملين إلى الاحترام والتقدير.

فني: نسبة ١٠٠ % نعم نشعر أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير، أخرى: نسبة ٦٠ % نعم نشعر، ونسبة ٤٠ % لا نشعر، وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين مهنة الموظف والشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلى الاحترام والتقدير جاءت قيمة كاي^٢ = ١٣.٨٣٦، ودرجات الحرية = ٨، ومستوي المعنوية = ٠.٠٨٦، وحيث أن مستوي المعنوية أكبر من ٠.٠٥ %، فهذا يدل على عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن مهنة الموظف لا تؤثر على الشعور أن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين على الاحترام والتقدير.

جدول رقم (٢١)

العلاقة بين عمر الموظف ومساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة

الإجمالي	العمر					هل أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة
	من ٥١ حتى ٦٠ سنة	من ٤١ حتى ٥٠ سنة	من ٣١ حتى ٤٠ سنة	من ٢١ حتى ٣٠ سنة	من ١٦ حتى ٢٠ سنة	
%٧٥.٨	%٨٣.٣	%٧٨.٨	%٨٣.٧	%٦٧.١	%١٠٠	نعم
%٢٤.٢	%١٦.٧	%٢١.٢	%١٦.٣	%٣٢.٩		لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق يتضح الآتي:

نجد أن نسبة ٧٥.٨% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة ، ونسبة ٢٤.٢% لا لم تسهم المطبوعات في إبراز دور المنظمة.

من حيث العمر: من ١٦:٢٠ سنة : نسبة ١٠٠% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة. من ٢١: ٣٠ سنة : نسبة ٦٧.١% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ثم نسبة ٣٢.٩% لا لم تسهم. ٣١: ٤٠ : نسبة ٨٣.٧% نعم أسهمت، ونسبة ١٦.٣% لا لم تسهم، من ٤١ : ٥٠ : نسبة ٧٨.٨% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ثم نسبة ٢١.٢% لم تسهم . ٥١ : ٦٠ : نسبة ٨٣.٣% نعم أسهمت ، ثم ١٦.٧% لا لم تسهم.

جدول رقم (٢٢)
العلاقة بين نوع الموظف ومساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة

الإجمالي	النوع		هل أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة
	أنثى	ذكر	
%٧٥.٣	%٧١	%٧٧.٥	نعم
%٢٤.٧	%٢٩	%٢٢.٥	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي: أن نسبة ٧٥.٣% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ٢٤.٧% لا لم تسهم المطبوعات في إبراز دور المنظمة. من حيث النوع: ذكر : نسبة ٧٧.٥% نعم أسهمت ونسبة ٢٢.٥% لا لم تسهم المطبوعات في إبراز دور المنظمة. أنثى : نسبة ٧١% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ٢٩% لا لم تسهم المطبوعات في إبراز دور المنظمة. وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين نوع الموظف ومساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة جاءت قيمة كاي^٢ = ٠.٩٣٧ ، ودرجات الحرية = ١ ، ومستوي المعنوية = ٠.٣٣٣ وحسب أن مستوي المعنوية أكبر من ٠.٥ فهذا يدل علي عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي أن نوع الموظف لا يؤثر علي مساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة.

جدول رقم (٢٣)
العلاقة بين المستوى التعليمي للموظف وساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة

الإجمالي	المستوى التعليمي							هل أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة
	فوق جامعي	جامعي	دبلوم	ثانوي	إعدادي	ابتدائي	يقرأ بدون شهادة	
%٧٥.٨	%٦٦.٧	%٦٩.٦	%٩٥.٥	%١٠٠	-	%١٠٠	%١٠٠	نعم
%٢٤.٢	%٣٣.٣	%٣٠	%٤.٥	-	%١٠٠	-	-	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي :

- جاءت المرتبة الأولى بنسبة ٧٥.٨% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ٢٤.٢% لا لم تسهم المطبوعات في إبراز دور المنظمة.

من حيث المستوى التعليمي : يقرأ بدون شهادة : بنسبة ١٠٠% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ابتدائي: نسبة ١٠٠% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة.

- إحصائي: نسبة ١٠٠% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة.
- ثانوي: نسبة ١٠٠% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة.
- دبلوم : نسبة ٩٥.٥% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة ونسبة ٤.٥% لا لم تسهم، جامعي: نسبة ٦٩.٦% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ٣٣.٣% لا لم تسهم فوق جامعي: نسبة ٦٦.٧% نعم أشعر ونسبة ٣٣.٣% لا أشعر، وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين المستوى التعليمي ومساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة جاءت قيمة كاي^٢ = ٢١.٠٢٥، ودرجات الحرية ٦، ومستوى المعنوية = ٠.٠٠٢، وحيث أن مستوى المعنوية أقل من ٠.٥ فهذا يدل على وجود علاقة بين المتغيرين أي أن المستوى التعليمي للموظف يؤثر على مساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة.

جدول رقم (٢٤)

العلاقة بين مهنة الموظف ومساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة

الإجمالي	المهنة					هل أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة
	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	عامل	فني	أخرى تذكر	
٧٦.٥%	٧١.٧%	٨٠.٦%	١٠٠%	٩٤.١%	١٦.٧%	نعم
٢٣.٥%	٢٨.٣%	١٩.٤%		٥.٩%	٨٣.٣%	لا
١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	الإجمالي

من الجدول السابق يتضح الآتي :

وجد نسبة ٧٦.٥% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ٢٣.٥% لا لم تسهم المطبوعات في إبراز دور المنظمة. من حيث المهنة: موظف حكومي: نسبة ٧١.٧% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ٢٨.٣% لا لم تسهم. موظف قطاع خاص: نسبة ٨٠.٦% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ١٩.٤% لا لم تسهم. عامل: نسبة ١٠٠% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة. فني: نسبة ٩٤.١% نعم أسهمت المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ٥.٩% لا لم تسهم. أخرى: نسبة ٨٣.٣% لم تسهم المطبوعات في إبراز دور المنظمة، ونسبة ١٦.٧% نعم أسهمت. وباستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين مهنة الموظف ومساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة جاءت قيمة كاي^٢ = ١٩.٦٧١، ودرجات الحرية = ٤، ومستوى المعنوية = ٠.٠٠١، وحيث أن مستوى المعنوية أقل من ٠.٥، فهذا يدل على وجود علاقة بين المتغيرين أي أن مهنة الموظف تؤثر على مساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة.

جدول رقم (٢٥)
العلاقة بين عمر الموظف وتحقيق المطبوعات للرضا الوظيفي للعاملين

الإجمالي	العمر					هل تعتقد أن مطبوعات العلاقات العامة لها دور في تحقيق لاتصال ذي الاتجاهين مع الإدارة العليا
	من ٥١ حتى ٦٠ سنة	من ٤١ حتى ٥٠ سنة	من ٣١ حتى ٤٠ سنة	من ٢١ حتى ٣٠ سنة	من ١٦ حتى ٢٠ سنة	
%١٩.٣	%٥.٣	%١٢.١	%١٦.٣	%٢٧.٣	%٣٣.٣	نعم
%٦٩.١	%٨٤.٢	%٨٧.٩	%٧١.٤	%٥٥.٨	%٦٦.٧	أحياناً
%١١.٦	%١٠.٥	-	%١٢.٢	%١٦.٩	-	لا
% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح أن :

- نسبة ١٩.٣% نعم حققت المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٣٣.٣% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين من ٢١ : ٣٠ سنة : نسبة ٥٥.٨% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٦.٩% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، من ٣١ : ٤٠ سنة : نسبة ٧١.٤% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين ونسبة ١٦.٣% نعم تحققه، ونسبة ١٢.٢% لا تحققه، من ٤١ : ٥٠ سنة : نسبة ٨٧.٩% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٢.١% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، من ٥١ : ٦٠ سنة : نسبة ٨٤.٢% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٠.٥% لا تحققه، ونسبة ٥.٣% نعم تحققه.
- باستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين عمر الموظف و تحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين جاءت قيمة كاي^٢ = ١٦.٢٥٤ ، ودرجات حرية = ٨، ومستوى المعنوية = ٠.٠٣٩ ، وحيث أن مستوى المعنوية أقل من ٠.٠٥ فهذا يدل على وجود علاقة بين المتغيرين أي أن عمر الموظف يؤثر على تحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.

جدول رقم (٢٦)
العلاقة بين نوع الموظف وتحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين

الإجمالي	النوع		هل تعتقد أن مطبوعات العلاقات العامة لها دور في تحقيق لاتصال ذي الاتجاهين مع الإدارة العليا
	أنثى	ذكر	
%١٩.٣	%٢٧.٤	%١٥.١	نعم
%٦٨.٥	%٥٩.٧	%٧٣.١	أحياناً
%١٢.٢	%١٢.٩	%١١.٨	لا
% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق يتضح الآتي:

- نسبة ٦٨.٥% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٩.٣% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين ، ١٢.٢% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين من حيث النوع: ذكر : نسبة ٧٣.١% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٥.١% نعم تحققه ونسبة ١١.٨% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.

- أنثى : نسبة ٥٩.٧% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٢٧.٤% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين بينما أن نسبة ١٢.٩% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.
- باستخدام اختيار كلاً للعلاقة بين نوع الموظف سواء ذكر أو أنثى وتحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين جاءت قيمة كلاً = ٤.٣٠٣، ودرجات لحرية = ٢، ومستوى المعنوية = ٠.١١٦، وحيث أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ فهذا يدل على وجود علاقة بين المتغيرين أي أن نوع الموظف لا يؤثر على تحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.

جدول رقم (٢٧)

العلاقة بين المستوى التعليمي للموظف وتحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين

الإجمالي	المستوى التعليمي							هل تعتقد أن مطبوعات العلاقات العامة لها دور في تحقيق لاتصال ذي الاتجاهين مع الإدارة العليا
	فوق جامعي	جامعي	دبلوم	ثانوي	إعدادي	ابتدائي	بقرأ بدون شهادة	
١٨.٩	٢٧.٨	%١٥.٨	%١٨.٦	%٥٠	%٣٣.٣	-	% ١٠٠	نعم
%٦٩.٢	%٦١.١	%٦٨.٤	%٧٩.١	%٥٠	%٦٦.٧	%٥٠	-	أحياناً
%١١.٩	%١١.١	%١٥.٨	%٢.٣	-	-	%٥٠	-	لا
% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق يتضح الآتي:

- نسبة ٦٩.٢% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٨.٩% نعم تحققه، ونسبة ١١.٩% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.
- من حيث المستوى التعليمي، يقرأ بدون شهادة : نسبة ١٠٠% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ابتدائي : بنسبة ٥٠% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٥٠% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، إعدادي : بنسبة ٦٦.٧% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٣٣.٣% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ثانوي: بنسبة ٥٠% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ٥٠% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٨.٦% نعم تحققه، ونسبة ٢.٣% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، جامعي: بنسبة ٦٨.٤% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٥.٨% نعم تحقق ونسبة ١٥.٨% لا تحقق، فوق جامعي : بنسبة ٦١.١% أحياناً تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٢٧.٦% نعم تحققه، ونسبة ١١.١% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.
- باستخدام اختيار كلاً للعلاقة بين المستوى التعليمي الموظف وتحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين جاءت قيمة كلاً = ١٧.٥٣٣، ودرجات لحرية = ١٢، ومستوى المعنوية = ٠.١٣١، وحيث أن مستوى المعنوية

أقل من ٠.٠٥، فهذا يدل على وجود علاقة بين المتغيرين أي أن المستوى التعليمي الموظف لا يؤثر على تحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.

جدول رقم (٢٨)
العلاقة بين مهنة الموظف وتحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين

الإجمالي	المهنة					هل تعتقد أن مطبوعات العلاقات العامة لها دور في تحقيق الاتصال ذي الاتجاهين مع الإدارة العليا
	أخرى تذكر	فني	عامل	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	
%١٩.٩	%١٦.٧	%١٧.٦	%٤٠	%٢٧.٤	%١٣.٢	نعم
%٦٨.٣	%٣٣.٣	%٨٢.٤	%٦٠	%٦٧.٧	%٦٩.٢	أحيانا
%١١.٨	%٥٠	-	-	%٤.٨	%١٧.٦	لا
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

من الجدول السابق اتضح الآتي: نسبة ٦٨.٣% أحيانا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٩.٩% نعم تحققه بينما أن نسبة ١١.٨% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، من حيث المهنة موظف حكومي: نسبة ٦٩.٢% أحيانا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٧.٦% لا تحقق، ونسبة ١٣.٢% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، موظف قطاع خاص: ٦٧.٧% أحيانا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٢٧.٤% نعم تحققه، ٤.٨% لا تحققه، عامل: ٦٠% أحيانا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٤٠% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، فني: ٨٢.٤% أحيانا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٧.٦% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، أخرى: نسبة ٥٠% لا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ٣٣.٣% أحيانا تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، ونسبة ١٦.٧% نعم تحقق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين، باستخدام اختبار كاي^٢ للعلاقة بين مهنة الموظف وتحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين جاءت قيمة كاي^٢ = ٢٣.٣٠٤، ودرجات حرية = ٨ ومستوى المعنوية = ٠.٠٠٣، وحيث أن مستوى المعنوية أقل من ٠.٠٥ فهذا يدل على وجود علاقة بين المتغيرين أي أن مهنة الموظف تؤثر على تحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين.

النتائج العامة:

- ١- أثبتت النتائج أن مطبوعات العلاقات العامة تساهم في زيادة معرفة الجمهور بالمنظمة تتأثر بعمر الموظف ولكن لا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى ولا تتأثر أيضاً بالمستوى التعليمي للموظف كما لا تتأثر بمهنة الموظف.
- ٢- أثبتت النتائج أن مساهمة المطبوعات في إبراز دور المنظمة تتأثر بالمستوى التعليمي وتتأثر أيضاً بمهنة الموظف، ولكن لا تتأثر بعمر الموظف وأيضاً لا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى.
- ٣- أثبتت النتائج أن تحقيق المطبوعات الرضا الوظيفي للعاملين يتأثر بعمر الموظف ويتأثر أيضاً بمهنة الموظف بينما لا يتأثر بنوع الموظف ولا يتأثر بالمستوى التعليمي.
- ٤- أثبتت النتائج أن معالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة لا تتأثر بعمر الموظف ولا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى كما أنها لا تتأثر بالمستوى التعليمي للموظف ولا تتأثر أيضاً بمهنة الموظف.
- ٥- أثبتت النتائج أن الشعور من خلال مضمون المطبوعة أنه لا يمكن الاستغناء عن العاملين لا يتأثر بعمر الموظف، كما لا يتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى، ولا يتأثر أيضاً بالمستوى التعليمي ولا يتأثر بمهنة الموظف.
- ٦- أثبتت النتائج أن الشعور بأن مضمون العلاقات العامة يلبي حاجة العاملين إلي الاحترام والتقدير لا تتأثر بعمر الموظف ولا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى كما لا تتأثر بالمستوى التعليمي للموظف ولا تتأثر أيضاً بمهنة الموظف.
- ٧- أثبتت النتائج أن مساهمة مضامين المطبوعات في حل مشاكل العمل الخاصة بالعاملين لا تتأثر بعمر الموظف ولا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى ولكنها تتأثر بالمستوى التعليمي للموظف وتتأثر أيضاً بمهنة الموظف.
- ٨- أثبتت النتائج أن تعبير المطبوعات عن وجهة نظر العاملين لا يتأثر الموظف ولا يتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى ولكن يتأثر بالمستوى التعليمي للموظف ويتأثر بمهنة الموظف.
- ٩- اتضح أن معالجة المطبوعات للشائعات التي قد تظهر أحياناً حول المنظمة لا تتأثر بعمر الموظف ولا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكر أو أنثى كما أنها لا تتأثر بالمستوى التعليمي للموظف ولا تتأثر أيضاً بمهنة الموظف.

التوصيات:

- ١- أن تتناول مطبوعات العلاقات العامة في موضوعاتها لوائح وقوانين المنظمة.
- ٢- أن تتناول مطبوعات العلاقات العامة ما يخدم العاملين من معلومات وأخبار تخصصهم وتخص المنظمة يجب التحدث عنها.
- ٣- عرض شكاوي العاملين ومقترحاتهم وسبل حل المشكلات.
- ٤- تدعيم التعاون المثمر بين العاملين والإدارة العليا.
- ٥- نشر الوعي وتبصير العاملين علي مصلحتهم الشخصية وعلي المصلحة العامة للمنظمة.

هوامش البحث:

- (١) الدسوقي وجيه المرسى، الإعلام وعلوم الاتصال العلاقات العامة والجمهور، دار الكتاب الحديث ٢٠٠٩، ص ٢٠.
- (٢) شداد عبد الرحمن، العلاقات العامة، مجلة التراث، ع ٢٤، جامعة زيان عاشور، الجزائر، ٢٠١٦، ص ص ٥٥-٧٢.
- (٣) إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، الانجلو المصرية، ١٩٥٧. ص ١٩٠.
- (٤) د. نبيل العطار، المؤثرات الشخصية على مطبوعات العلاقات العامة، دراسة على شركة سيد للأدوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة حلوان، ٢٠٠٠.
- (٥) منى صبحي، تقويم مطبوعات العلاقات العامة، في مؤسسة صحيفة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة الأزهر، ٢٠٠١.
- (٦) غادة فاروق عبد الفتاح، مطبوعات العلاقات العامة الاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠١.
- (٧) عبد الصادق حسن بعد الصادق، محددات الشخصية الإخراجية لصحف ومطبوعات المؤسسات، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.
- (٨) سالم توبوك، دور مطبوعات العلاقات العامة في خدمة مهام ديوان البلاط السلطاني بسلطنة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، مسقط، ٢٠٠٣.
- (٩) أمينة جعفر عبد الرازي حجازي، توصيف وتقويم وظيفة العلاقات، في المدن الجديدة بالتطبيق علي مدينة العاشر من رمضان، رسالة ماجستير غير منشورة، الزقازيق كلية التجارة، ٢٠٠٢.
- (١٠) Richard Doyle, the Impact of public Relation publication on strategic Management M.T, the Center for Advanced Inquiry in public Relation, The university of Wales College, plymou the university 2000.
- (١١) فؤاد علي حسين سعدان، دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في الجمهورية اليمنية، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٤.
- (١٢) حمدي عبد الحافظ محمد السيد، فاعلية اتخاذ القرار بالجامعة في ضوء نظم المعلومات، رسالة ماجستير، ٢٠٠٣ القاهرة.
- (١٣) Mackenzie, J, study entitled the effectiveness of the role of public relations and its impact To manage the sales force Books ,the United States of America, University of New Jersey, 2006, No.2 , p 99
- (١٤) بسنت عبد الحميد، بسنت عبد المحسن عبد اللطيف العقبوي. (٢٠٠٨): فاعلية إنتاج واستخدام صحيفة عربية إلكترونية لطفل ما قبل المدرسة في تنمية الجانب المعرفي والاجتماعي والمهاري، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- (١٥) حاتم محمد عاطف، (٢٠٠٨): فاعلية نموذج للتعليم الإلكتروني عن بُعد لطلبة الإعلام لإخراج جريدة إلكترونية للأطفال باستخدام الوسائط المتعددة وموقع على الإنترنت- دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- (١٦) محمد عبد الناصر محمد شلبي، العوامل المؤثرة في اخراج مطبوعات العلاقات العامة في مصر، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
- (١٧) حمد راشد هلال، استخدام وسائل الاتصال في إدارة الصورة الذهنية في الدول الخارجية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٧.
- (١٨) لجنة تحكيم الاستمارة أ.د / محمود يوسف - رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان - جامعة القاهرة
- ١- د. كمال القاضي . مدرس بقسم الإعلام كلية الآداب- جامعة حلوان
 - ٢- د ترمين خضر : مدرس بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 - ٣- د. محمود كامل : مدرس بكلية اعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا
 - ٤- د. شعبان شمس : عميد كلية إعلام جامعة ٦ اكتوبر.
 - ٥- د. عصام الدين فرج : مدرس بكلية إعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا
 - ٦- د. نوال الصفتي : استاذ بكلية إعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
 - ٧- د. رضا عكاشة : مدرس بكلية إعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
 - ٨- د . أحمد فاروق: مدرس بكلية آداب قسم اعلام جامعة حلوان.
 - ٩- د. نبيل راغب : مدرس بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
 - ١٠- د محمود الشريف : وكي كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا
 - ١١- د صفوت العالم : استاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

Effectiveness of the Publications of Public Relations An Applied Study on the Public

Rula Abdelrahman Ali

nselim@sharjah.ac.ae

Assistant Lecturer, Public Relations Department

Faculty of Information

Misr University for Science and Technology

Abstract

The present study is aiming to recognizing the effectiveness of the publications of public relation in the governmental and nongovernmental Establishments. The Study considered one of the Descriptive studies types. The study in that research use the survey Method for a sample of workers of about 230 individual of different categories (senior management class, middle management class, the minimum management class) that working in the governmental and nongovernmental establishments in Egypt. A private sample was chosen on purpose in the time period from 1/2007 till 1/2008 and the study has used the survey papers As a tool for collecting the data.

The most important results that study reached to are as follows:

The results showed that public relations publications contribute to increasing the public knowledge of the organization and contributed to highlighting the role of the organization affected by the educational level and also influenced by the employee's career, but not affected by the age of the employee and also not affected by the type of employee, male or female. Public relations publications can not be dispensed with as well as contribute to resolving rumors about the organization.

Keywords: Effectiveness - Publications Public Relations.- Internal audience - and external audience

Copyright © EPRA 2018

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg , www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or chairman@epra.org.eg, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- The first academic refereed & specialized Journal in the Arab world & the Middle East, as well as the First Arab Scientific journal in that specialty (the media) got the Arab Impact Factor coefficient effect = 1.34 with 100% in 2017 report from the American Foundation NSP " Natural sciences Publishing," sponsored by Association of Arab universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

Nineteenth issue - Sixth Year – April / June 2018 -

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh. Atef

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi

Associated Professor & Head of Public Relations Dep.
College of Mass Communication - Al Ghurair University

Dr. Suhad Adil

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of
Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Information and tongues Vice President of the International
University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor Faculty of Media Science & Communication University of Alover-3

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Sixth year - Nineteenth Issue- April / June 2018

Arab Impact Factor 2017 = 1.34

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Redouane Boudjema** - University of Algeria 3
Radjai Aichouche - University of Algeria 3
Media Presence of Politician Woman in the Algerian Public Television
A Critical Analysis of the Symbolic Exclusion phenomenon 7
- **Associated Prof. Saad Ibn Saud Al Saud** – Al Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
Negative News on Social Networks and its Relation to the Level of Political Malaise
Among Saudi Youth 8
- **Associated Prof. Saber Hares Mohamed** - Gulf University of Bahrain
The impact of print media on the value format in the Arab world 9
- **Dr. Hamad Bin Nasser Al-Mousa** - Al Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
Impact of Using Marketing Public Relations on Brand Equity
A Study on Customers of Dairy Companies Working In KSA 10
- **Dr. Eman Fathy Abdel Mohsen Hussein** - Umm Al-Qura University
Dr. Salwa Ali Ibrahim Al-Gayyar - Port Said University
The treatment of Media for Health and Environmental Issues Through Media
Campaigns in the Specialized Satellite Channels for Pre-school Child 11
- **Dr. Merhan Mohsen Tantawi** – Al Ain University for Science and Technology
Evaluation of Youth to Study Media Specialization in English and its Reflection on
their Arabic language – (A Field Study) 13
- **Dr. Abdelsalam Andaloussi** - Abdel Malik Al Sadie University
Legalization of Media Legitimacy 14
- **Rula Abdelrahman Ali** - Misr University for Science and Technology
Effectiveness of the Publications of Public Relations
An Applied Study on the Public 15

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright 2018@EPRA

www.epra.org.eg