



دبلوم العلاقات العامة

الاحتراق النفسي

لدى العاملين في العلاقات العامة

بمقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة

إعداد الطالب

وضاح محمد

إشراف الدكتور

.....

العام ٢٠٠٩

## المحتويات

العنوان	رقم الصفحة
الفصل الأول.....	٣
المقدمة:	٣
مشكلة البحث:	٣
أهمية البحث :	٤
أهداف البحث :	٤
فروض البحث:	٥
تعريف مصطلحات البحث:	٥
الفصل الثاني.....	٦
١- ماهية العلاقات العامة:	٦
٢- وظيفة العلاقات العامة:	٧
٣- العلاقات العامة: المجالات والأهداف:	٨
٤- عوامل نشوء العلاقات العامة:	٩
٥- الخصائص الواجب توفرها بالعاملين في مجال العلاقات العامة:	١٠
٦- الاحتراق النفسي:	١٣
٧- العوامل المؤدية للاحتراق النفسي:	١٤
٨- مظاهر الاحتراق النفسي:	١٥
الفصل الثالث: الدراسات السابقة.....	١٦
الفصل الرابع: الجانب المنهجي.....	١٨
نتائج الدراسة.....	٢٠
توصيات البحث.....	٢٣
مراجع البحث.....	٢٤
استبيان لقياس الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة.....	٢٥

# الفصل الأول

## المقدمة :

تحتل العلاقات العامة أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة، وتسند إليها أدورا حيوية تتعلق بإبراز الصورة الإيجابية للمؤسسة وما تقدمه من خدمات لمجتمعها وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها، فنجاح المؤسسة سواء أكانت حكومية أو أهلية لا يتوقف على ما تحقّقه من إنجاز إذا لم تتمكن من إبراز هذا الإنجاز إلى الفئات المستهدفة من جمهورها والمتعاملين معها من خلال عرض الخدمات المقدمة وبرامج التطوير، وهذه المهمة يتحملها ممارسي العلاقات العامة بما لديهم من خبرات متميزة وما يتوفر لهم من إمكانيات، فالعلاقات العامة قوة محرّكة للفرد ، والبحث في علاقات الفرد يرتبط ارتباطاً وثيقاً بعلم النفس، لأنه يقوم على التجربة الذاتية سواء كانت إيجابية أم سلبية، فيجب أن يتحلّى العاملون في العلاقات العامة بصفات شخصية تتسم بالود والقدرة على الإقناع واستمالة الناس وإضفاء نوع من الراحة النفسية والقدرة على التأثير في الآخرين، وكل ذلك يعكس مدى ارتباط العلاقات العامة بعلم النفس عموماً وبعض السمات النفسية خصوصاً والتي تقف وراء نجاح العاملين في مجال العلاقات العامة فيما لو كانت منسجمة وإيجابية .

## مشكلة البحث :

مع تزايد سرعة المواقف الحياتية وتلاحق أحداثها في ضوء التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والتقدم التكنولوجي المذهل في عالم الاتصالات وتعقد أساليب الحياة وعدم بساطتها تزايدت ضغوط الحياة بكل مكوناتها العلمية والعملية حتى أصبح يطلق على هذا العصر عصر الضغوط النفسية. وتعدد مفاهيم الضغوط وتختلف باختلاف مناحي اهتمامات الباحثين في مختلف المجالات، ولو دخلنا مجال العلاقات العامة لوجدنا العاملين في هذا المجال يتعرضون لمجموعة من الضغوط المهنية والنفسية بسبب الدور المناط بهذه المهنة وما يتطلبه من قدرات تركيز عالية وصبر وسمات اجتماعية وتفكير وتحليل... الخ وخاصة بعد مرور زمن على ممارسته عمل العلاقات العامة والعمل لفترات طويلة دون استجمام وفقدان الشعور بالسيطرة على العمل ومخرجاته وزيادة عبء العمل وتعدد المهام المطلوبة والرتابة وعدم التجديد والإبداع في الأساليب كل ذلك يعكس في بعض الأحيان كفاءة مهنية متدنية وغير فاعلة وظهور حالة من الاستنزاف الانفعالي نتيجة الاستثارة الزائدة عن حد الاحتمال والناجمة عن عدم وجود أساليب تكييفية لدى العاملين في العلاقات العامة لمواجهة الضغوط التي يتعرضون لها مع زيادة شدتها ووقوعها النفسي الأليم عليهم، إضافة لظهور التغيرات السلبية في العلاقات مع الآخرين والاتجاه نحوهم ، وهذا ما يطلق عليه علماء النفس :

الاحترق النفسى ١ [ 1 ] ، وفى ضوء ذلك تتحدد مشكلة البحث فى التعرف على درجة الاحترق النفسى التى يعانى منها العاملون فى مجالات العلاقات العامة .

## أهمية البحث :

عند الحديث عن عمل العلاقات العامة داخل مؤسسة ما فإن ما نعبه هو توظيف تفاهم إنسانى منظم لتحقيق منفعة ما ، انطلاقاً من ذات الفكرة بأن عدد من الأفراد العاملين فى مجال العلاقات العامة والقائمين على التفاهم الإنسانى يخدمون مصلحة هذه المؤسسة والمجتمع مما يعود بالنفع عليهم وعلى الجميع ، ولما كان للعلاقات العامة هذه الأهمية ، فقد برزت الحاجة لدراسة هذا المفهوم ، وتحديدته بشكل أكبر ، وتنبع أهمية هذا البحث من أهمية إلقاء الضوء على العلاقة بين علم النفس والعلاقات العامة ، حيث يلاحظ التأثير النفسى والدور الكبير الذى تلعبه المتغيرات النفسية فى زيادة الفعالية والكفاءة ونجاح العاملين فى مجال العلاقات العامة هذا من جهة ، ومن جهة أخرى لهذا البحث أهمية عملية كونه البحث الوحيد (على حد علم الباحث ) الذى يدرس ويبرز طبيعة العلاقة بين إحدى المتغيرات النفسية "الاحترق النفسى" وعلاقتها وانعكاسها على العاملين فى مجال العلاقات العامة ، حيث تعانى المكتبة العربية من نقص فى الدراسات التى تولي أهمية لهذه العلاقة .

## أهداف البحث :

يهدف البحث إلى :

التعرف على العلاقة بين الاحترق النفسى والعمل فى مجالات العلاقات العامة ويتفرع من هذا الهدف العام مجموعة أهداف هى :

١ - معرفة الفرق فى درجة الاحترق النفسى بين العاملين فى العلاقات العامة من كلا الجنسين الذكور والإناث .

٢ - معرفة الفرق فى درجة الاحترق النفسى بين العاملين فى العلاقات العامة بين الذين أمضوا أكثر خمس سنوات فى هذا المجال والذين أمضوا أقل من خمس سنوات .

٣ - معرفة الفرق فى درجة الاحترق النفسى بين العاملين فى العلاقات العامة وذلك باختلاف الجهة التى يعملون لها (جهة حكومية أم جهة خاصة) .

---

١ الاحترق النفسى هو : مجموعة أعراض من الإجهاد ذهنى والاستنفاد الانفعالي والتبلىد الشخصى ، والإحساس بعدم الرضا عن المنجز الوظيفى والأداء المهني .

## فروض البحث:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة تبعاً لمتغير الجنس .
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة تبعاً لمتغير عدد سنوات الخدمة .
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة تبعاً لمتغير جهة العمل .

## تعريف مصطلحات البحث:

### الاحتراق النفسي :

هو نمط سلبي في الاستجابات للأحداث الضاغطة ونقص في المساندة والتأييد من قبل الإدارة وهو حالة متطورة من الإجهاد النفسي الذي يعني وجود أعباء انفعالية زائدة ناتجة عن تطلب الفرد لمطالب زائدة تؤدي إلى الإتهاك البدني والنفسي ( جابر عبد الحميد ، علاء الدين كفاي ١٩٩٥ : ٣٧٤٤ - ٣٧٤٥ )

و عرّفه ترش Truch , 1980 : بأنه التغيرات السلبية في العلاقات والاتجاهات نحو العمل ونحو

الآخرين بسبب ضغوط العمل الزائدة مما ينعكس بشكل رئيسي بفقدان الاهتمام بالأشخاص الذين يتلقون الخدمات والتعامل معهم بشكل آلي . ( Freudenberger 1975 ) .

٢) **العلاقات العامة :** هي فن التأثير على الآخرين بالمعنى المهاري للكلمة فالفن المهاري هو القدرة على التعامل مع الناس ومسايرتهم ومجاراتهم ، أي تحتاج إلى مهارة ولباقة وحسن تصرف وتحديد أفكار وابتكار حسب مقتضيات الظروف والعمل ، وهي فن كيفية التعامل مع الجمهور والحصول على رضاه ومحبه وكسب ثقته وتأييده ويتحقق ذلك عن طريق الاتصال بالجمهور لنقل الحقائق وتفسيرها إليهم .

وكما عرفها قاموس أكسفورد : هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة في المجتمع .

## الفصل الثاني

### ١ - ماهية العلاقات العامة.

إن كلمة العلاقات العامة ترمز إلى أنه في كل تجمع إنساني لا بد وأن تقوم علاقات تعم أفراده، لأن مصلحة الإنسان لا تتحقق إلا من خلال الآخرين، ومدى النجاح في هذه العلاقة يقيّم من خلال النجاح في تحقيق مصلحة كل فرد في هذا التجمع، ولتكون العلاقة ناجحة من الناحية العلمية ، فلا بد من أن يراعي كل طرف مصالح الأطراف الأخرى.

#### تعريف العلاقات العامة :

تعددت وتنوعت التعاريف المتعلقة بالعلاقات العامة وذلك بسبب تنوع وتعقد هذا المفهوم والأمور المناطة به، وسيعرض الباحث هنا مجموعة من التعاريف التي تلقي الضوء على مفهوم العلاقات العامة :

**العلاقات العامة:** كما عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة (Ipra): هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تمهدها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل والمخطط (د . ميهوب، مدخل إلى العلاقات العامة، ٢٠٠٩، ص٣٥).

**العلاقات العامة:** كما جاءت في بيان مكسيكو عام ١٩٨٧م : إن ممارسة العلاقات العامة هو الفن والعلم الاجتماعي الخاص بتحليل التوجهات والميول ومحاولة التنبؤ بما يترتب عليها من نتائج وهي أيضاً فن استشارة الجهات القيادية في المؤسسات وتنفيذ خطط برامج العمل التي من شأنها أن تخدم مصالح المؤسسات بالإضافة إلى مصالح الأفراد المتعاملين معهم (د . ميهوب، مدخل إلى العلاقات العامة، ٢٠٠٩، ص٣٢)

وتقدم Public Relation News تعريفاً على أن **العلاقات العامة :**

وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور وتربط بين السياسات والإجراءات للفرد أو المنظمة بالمصالح العامة ، وتنفيذ برنامج عملي للحصول على فهم الجمهور وتقبله.

ويعرف قاموس وسائل الإعلام والاتصال الصادر عن لونغمان Longman **العلاقات العامة** على أنها وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور ، ويتبع هذه العملية المستمرة السياسات والأنشطة للمنظمة والتي تتماثل مع مصالح الجمهور .

**العلاقات العامة:** هي عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها إلى المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين المتعاملين معها والجمهور بشكل عام من خلال التحليل الذاتي والتصويب ( داخليا) ومن خلال جميع أساليب التعبير ( خارجياً ) .

## ٢- وظيفة العلاقات العامة:

نلاحظ مما سبق أن التعاريف و المفاهيم العلمية تنصب على أن العلاقات العامة ليست مجرد نشاط اجتماعي ضروري لتحقيق منفعة ما، بل إن عمل العلاقات العامة يذهب إلى أبعد من ذلك فهو من الأهمية بمكان ليعتبر وظيفة رسمية يتعين على العاملين بها إنجاز عدد من المهام (الوظائف) لتحقيق عدد من الأهداف العامة والخاصة والتي تعود بدورها بالنفع على المؤسسة ككل وعلى العاملين بها كنتيجة. ووجود مفاهيم علمية للعلاقات العامة في حد ذاته يظهر أهمية هذا النشاط أو العمل، مما يجعلنا عند الحديث عن أهداف أو وظائف أو عمل العلاقات العامة تعتبر أن هذه الوظائف أو الأهداف هي ذاتها أهداف ومهام وظيفة أقسام العلاقات العامة في أي مؤسسة والتي تجسد، أي ( الأقسام ) أهمية وعلمية مفهوم العلاقات العامة .

إن للعلاقات العامة في أي مؤسسة عدد من الوظائف بغض النظر عن نوع المؤسسة أو أية اعتبارات أخرى كما يلي ( د . ميهوب . مدخل إلى العلاقات العامة ص ٦٤ ط ٢٠٠٩ ) :

- إجراء الأبحاث والدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام لتوفير قاعدة معلومات مناسبة .
- تخطيط سياسات العلاقات العامة ورسمها بالنسبة للمنظمة وذلك بتحديد الهدف والجمهور المستهدف وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية وتوزيعها على الأنشطة.
- الاتصال بالجماهير المستهدفة بهدف تحقيق أكبر تأثير في تلك الجماهير .
- التنسيق داخل أقسامها وبينها وبين الإدارات الأخرى في المنظمات والمؤسسات بهدف الوصول إلى أعلى مستوى من الفاعلية بهدف تحقيق أكبر قدر ممكن من التآلف والانسجام .
- التقويم بقياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات التصحيحية لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها .
- رصد آراء الوسط الاجتماعي ( الجمهور) وسلوكياته وإخبار الإدارة العليا برد فعل الجمهور على سياساتها بهدف تلبية رغبات المؤسسة ومصالحها .
- التوصل إلى علاقات متبادلة المنفعة بين كل الفئات الاجتماعية المرتبطة بالمؤسسة عن طريق المساعدة في قيام عمل مشترك مثمر معها. وذلك بفتح قنوات اتصال مباشر معها .

والملاحظ في هذه الوظائف أن لعمل العلاقات العامة طبيعة متنوعة يمكن تصنيف المهام السابقة وفقاً لها، كما يمكن أن تكون منطلقات لتحليل أو إيجاد مفاهيم العلاقات العامة، وفيما يلي تفصيل لتنويعات هذه الطبيعة حيث تتسم العلاقات العامة أو وظيفتها بطبائع أساسية هي :

- طبيعة اتصالية إعلامية.
- طبيعة اجتماعية نفسية.
- طبيعة علمية بحتة.
- طبيعة إدارية توجيهية.

ولعل هذه الخصائص تتداخل معاً ومن تداخلها يمكن تحديد مفهوم دقيق للعلاقات العامة .

إذن وظائف العلاقات العامة ومفهوم العلاقات العامة يتأثران بعدد من الخصائص، إلا أنه في النهاية فإن ما يعيننا هو أن هناك مجموعة من الوظائف تحقق عدداً من الأهداف، ولا نعني الأهداف الخاصة بالمؤسسة وإنما نعني الأهداف العامة للعلاقات العامة التي تحقق الأهداف العامة والخاصة للمؤسسة أيضاً كانت. ولعله من المفيد الإشارة هنا إلى مجموعة من الأهداف العامة لعمل العلاقات العامة .

### ٣- العلاقات العامة: المجالات والأهداف:

لقد تشعبت مجالات العلاقات العامة ، وتعددت ميادين العمل فيها ومن هنا أصبح من الضروري الميل إلى التخصص على أسس ميدان النشاط والعمل كالعلاقات الدولية أو العلاقات الحكومية حسب اتساع الدائرة أو حسب النشاط كالعلاقات التعليمية والثقافية والصناعية والأمنية . فلم تعد العلاقات موضع الاهتمام في النشاط الترويجي فقط، بل سعت المؤسسات التعليمية والجماعات المهنية والجمعيات والهيئات الحكومية إلى تعزيز دور العلاقات العامة في مجمل نشاطها . وتكونت لهذه الغاية جمعيات مهنية للعاملين في حقل العلاقات العامة وأدخل موضوع العلاقات العامة للمناهج الدراسية وأنشئت أقسام علمية بالجامعات لدراسة العلاقات العامة ، وتمنح جامعة بوسطن في أمريكا درجات الماجستير و الدكتوراه في العلاقات العامة والاتصال ، وكذلك في مدرسة العلاقات العامة والاتصال " School of public Relation and Communication " بالإضافة إلى حوالي مائتي معهد آخر تقدم دراسات وتمنح شهادات في العلاقات العامة في أمريكا وحدها ، ومن مظاهر تقدم العلاقات العامة وتطورها تحسين الوسائل المستخدمة في خلق وتحسين العلاقات العامة بما يتلاءم مع احتياجات وحجم الوظائف وميزانية وطبيعة عمل المؤسسات وتاريخها وتقاليدها .

لقد وصفت مهمة ممارس العلاقات العامة بأنها : كسب الرضا " Engineering of consent أي استمالة الناس وإقناعهم وبخاصة مع بروز الأزمات الضاغطة والتي تتطلب اتخاذ إجراءات سريعة وقرارات عاجلة ، ليكون دور العلاقات العامة الوسيط بين الجمهور وصاحب القرار ، والعمل على إقناع



الناس بضرورة تفهم الظروف والتعاون مع المسؤولين لغايات المصالح العليا . أو القيام بمجملات استطلاع لمعرفة آراء الناس مسبقاً والتجاوب معها للتقليل من رد الفعل تجاه بعض الإجراءات . وحتى لا تصبح العلاقات العامة موضع نقد بأنها تحاول قلب الحقائق أو الانحياز أو تبني وجهات النظر والدفاع عنها مما يقع تحت عنوان التزييف والتشويه فإن جمعيات العلاقات العامة في أمريكا وأوروبا وضعت قواعد أخلاقية لنشاط العلاقات العامة وفلسفاتها .

### أهداف العلاقات العامة :

١. تجسير الهوة بين الأفراد والجماعات وتحقيق الاندماج وخلق حالة من المعرفة والفهم لتوحيد الاتجاهات والقناعات .
٢. السعي للتعريف بجهود المؤسسات وخدماتها ، والطلب من أفراد المجتمع التعاون والتنسيق .
٣. زرع الثقة بين المؤسسات والأفراد من خلال مد جسور التواصل .
٤. التفاعل الايجابي مع الأحداث ومسيرة اهتمامات الناس ورغباتهم . بما لا يتعارض مع الأنظمة والقوانين السائدة التي تنظم الحياة العامة .
٥. التأثير على الرأي العام والعمل على المحافظة على وجود رأي عام مرغوب فيه تجاه المؤسسة والاستفادة من البيانات بعد تحليلها في ترشيد القرارات .
٦. تقديم المهتمات الإدارية والخدمات الاستشارية التي تساعد المؤسسة على تنفيذ برامجها والتخطيط لمشاريعها وفق تصور كاف ودراسة متأنية .
٧. ويمكن القول أن دور اختصاصي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية شرح أنشطة هذه المؤسسة للمواطنين ومساعدة وسائل الإعلام في تغطية أنشطة هذه المؤسسات وبالتالي فإن العلاقات العامة تسعى إلى إبراز الصورة المشرفة للمؤسسة في المجتمع وأنها تسعى لخدمته وتعمل على صيانة مصالحه والعلاقات العامة في هذا المعنى تقدم خدمة للمجتمع من خلال المشاركة في البحث والتطوير ومد جسور الثقة .

### ٤- عوامل نشوء العلاقات العامة:

- ظهور الديمقراطية وانتشارها : الديمقراطية هي الانتقال من المونولوج إلى الحوار أي من مونولوج السلطة ( الحوار مع الذات ) إلى الحوار مع الشعب ( الجمهور )
- ازدياد النشاط الاقتصادي والصناعي .
- الطبيعة الاجتماعية لعلم العلاقات العامة

- الاهتمام الزائد بالرأي العام حيث إن الرأي العام ليس له ضوابط وهو أمر مهم يحتاج إلى دراسة وعليه فإن تطوره والاهتمام به من قبل الحكومات والمؤسسات والمنظمات ساهم في نشوء نشاط العلاقات العامة .

## ٥- الخصائص الواجب توفرها بالعاملين في مجال العلاقات العامة:

نظراً للأهمية البالغة التي توصف بها مهنة العلاقات العامة يجب أن تتوافر في القائمين عليها مجموعة من الصفات أهمها :

١. **النشاط** : العلاقات العامة عمل مستمر وحيوي ومتعدد المجالات وجهد متواصل مما يتطلب أن يتصف من يعمل بالعلاقات العامة بالقدرة على التحرك السريع ودون ملل وبذل أقصى الجهود لنجاح مهمته.

٢. **حسن المظهر والمنطق والجادبية** : من مظاهر هذه الشخصية سماحة الوجه ورقة الحديث والكلام. وتناسب القوام وحسن الهندام وقادر على التعبير الكلامي بشكل مؤثر وأن يتميز بالشخصية الجذابة لينال إعجاب الآخرين . ويرشدهم باللفظ والعبارة وقوة الشخصية فالناس يجتذبون ما هو محبب .

٣. **الشخصية المستقرة والمتزنة**: لا بد أن يتصف ممارس العلاقات العامة بالشخصية المستقرة والمتزنة والهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم وخلق انطباع طيب عند الجماهير عن المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة .

٤. **الشجاعة**: لا بد أن يكون ممارس العلاقات العامة قوي الشخصية، متصفاً بالشجاعة ليتمكن من عرض آرائه واقتراحاته بقوة والدفاع عن وجهة نظره أمام الإدارة العامة. لأن ضعف مدير العلاقات العامة يعني تأخر علاج المشكلات الناتجة عن أخطاء الإدارة العليا وبالتالي يزداد الأمر سوءاً. فممارس العلاقات العامة مسؤول عن إسداء النصح للمؤسسة، وإيضاح مواطن الخلل ومصادر الأزمات وأسبابها قبل وقوعها .

٥. **الإقناع**: ومن المميزات المهمة لممارس العلاقات العامة أن تكون له القدرة على التأثير في نفوس الناس، وإقناعهم بلباقة. فهو ليس بالشرطي الذي يستعمل القوة. كما أنه ليس ساحراً أو محتالاً يستغل الدعاية الكاذبة. وإنما هو خبير بالنفس البشرية، والجماعة الإنسانية ويعرف كيف يوجه ويرشد وكيف يقنع باللفظ والعبارة وقوة الشخصية فلا بد أن يكون قادراً على استمالة الغير للأفكار التي يعبر عنها، وإمكانية تحليله لوجهات النظر المعروضة قبل تقديم أفكاره .

٦. **الذكاء** : لا بد أن يكون ممارس العلاقات العامة ذكياً، ناضج الشخصية، أهلاً للثقة. فالذكاء عنصر هام في تكوين شخصية ممارس العلاقات العامة. فهو يقوم بتمثيل المؤسسة وحل مشكلاتها الإنسانية وتوطيد علاقاتها الاجتماعية.

٧. **التكيف:** عامل أساسي في العلاقات العامة الطيبة، ومن الحقائق المتفق عليها أن الناس والجماعات والمؤسسات يعوزها أن تتكيف فيما بينها إذا أريد أن يكون لنا مجتمع متجانس. فمن واجبات العلاقات العامة تحقيق التفاهم عن طريق الاتصال بالآخرين. لذا من الواجب أن يكون ممارس العلاقات العامة مقبلاً على التغيير، محباً للاندماج معهم. لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم. فالمؤسسة التي لا تتكيف اتجاهاتها وأعمالها مع الجمهور، سيرتب عليها الفشل هذا وأن التكيف يركز على نقل المعلومات والإقناع.

٨. **الكياسة:** إن المثل الأعلى لممارس العلاقات العامة هو الاتصاف بالكياسة ودقة السلوك فإذا لم تكن الكياسة طبعاً فيه، فعلى الأقل أن يتطبع بها، فهي تطلب سليقة وذاكرة واعية، لم تنح لكل إنسان وعليه أن يتجنب التورط في أعمال قد تعتبر منافية للذوق السليم. كما يتطلب منه الدقة بالعمل فالخطأ يولد دائماً الامتعاظ والاستياء .

٩. **الاستقامة والصدق:** ينبغي لكل من يعمل في العلاقات العامة أن يكون قادراً على عرض الحقائق عرضاً سليماً على الجمهور، لكي يظفر بتأييده ويكسب ثقته وأن يتحلى بالسمعة الطيبة والأخلاق الفاضلة وأن هذه الصفات هي من الصفات الاجتماعية التي يؤكد عليها المجتمع والدين وأما تدل على خلفية وتاريخ العائلة والمجتمع، ويقول "ادوارد برينز" في كتابه (العلاقات العامة): " إن من واجب أخصائي العلاقات العامة أن تدعم سمعته سمعة مهنته وأن الخبرة الملحوظة في هذا المجال تتطلب لائحة أخلاقية تتضمن مجموعة من المبادئ الأخلاقية الصارمة. ويجب عليه أن يعكس أخلاقه على الجمهور. وما لم يؤكد أخصائي العلاقات العامة هذه اللائحة الأخلاقية بأفعاله ويؤيدها بأقواله فإن النجاح لن يكون بجانبه كما أنه سيفقد ثقة الآخرين به، تلك الثقة التي لا غنى عنها من أجل التقدم والنجاح في أساليب الاتصال التي يستخدمها " .

١٠. **الموضوعية:** وهي القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل. وتجنب التمييز العنصري أو الشعبي أو الديني أو الاجتماعي وما إلى ذلك من الاتجاهات التي تفسد سلوك الفرد ولهذا فإن الموضوعية تعني التجرد من الآراء والأفكار والاتجاهات والمعتقدات. فمن الضروري أن يكون ممارس العلاقات العامة موضوعياً مع نفسه في حكمه على مقدرته في أن يعمل كأخصائي للعلاقات العامة، لأنه إذا لم يكن موضوعياً إزاء نفسه فسوف يكون من العسير أن يكون موضوعياً تجاه الآخرين .

١١. **الإحساس العام:** أن يتميز بممارس العلاقات العامة بالقدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير أو العكس. وأن يعرف متى يتكلم ومتى ينصت، ومتى يدافع أو يهاجم ومتى ينتظر ظروفاً أفضل للدفاع أو الهجوم، إلا أن الحرص ضروري حتى لا تؤدي زلة لسان إلى مشكلات يصعب حلها. وأن

تتوافر لديه المقدرة الإيجابية على التحليل والتأليف مستمداً بقياسه في الحكم من بدايته ومنطقه وفطنته السليمة .

١٢. **الخيال الخصب:** العلاقات العامة وظيفة خلاقة تعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة في أضعافها لكسب فئات جديدة من الجماهير كما لا بد أن يتميز بالخلق والإبداع والمبادرة .

**إضافة إلى الصفات الشخصية التي تم استعراضها لا بد من توفر مؤهلات علمية والتي تلخص بما يلي:**

١. أن يكون مزوداً بالأصول العلمية والعملية في علم العلاقات العامة كدراسة علوم الاجتماع والنفوس والإدارة إلى جانب دراسة المنهج العلمي في العلاقات العامة وأساليب قياس اتجاهات الرأي العام وتعديلها وتوجيهها وأن يكون ممارس العلاقات العامة حاصلاً على شهادة علمية من معهد أو كلية بإحدى اختصاصات الإدارة ، أو اللغات، أو الإعلام أو الصحافة أو السياحة أو المكتبات أو علم الاجتماع .

٢. القدرة على القراءة واستيعاب المعلومات وتأثيرها وكما لا بد أن يتمتع باليقظة والانتباه عند الاستماع للجماهير أو لوسائل الإعلام ليتمكن من صحة التحليل. فإن ممارس العلاقات العامة الناضج هو الذي يراقب الناس وهو يستمع إليهم .

٣. القدرة على الكتابة والتعبير بهدف الإقناع، وأن تكون الكتابة خالية من المصطلحات المعقدة، فالكتابة وظيفتها نقل الأفكار والمعلومات والأحداث مما لا بد منه أن تكون بسيطة وواضحة ومؤثرة .

٤. الخطابة : القدرة على التحدث إلى الأفراد والجماهير بشكل جذاب ومنطقي لنقل الأفكار إلى الجمهور والتأثير فيهم . وقد يتطلب من رجال العلاقات العامة إعداد خطب وكلمات الرؤساء أو المسؤولين أياً كانت درجتهم الوظيفية، فعليه صياغة الخطبة بالأسلوب الذي يساعد المتحدث على الحديث المؤثر السلس، الذي يتفق مع شخصيته وطريقة أدائه .

٥. الصحافة : لا بد أن يتمتع ممارس العلاقات العامة بخبرة حتى لو كانت بسيطة عن أسلوب التحرير الصحفي والتحقيقات الصحفية، والمقال وفن الإخراج، لأن هذه الفنون هي الأساس الذي يعتمد عليه في تقديم مادة الاتصال إلى الجمهور .

٦. الاطلاع الفني : يستخدم رجال العلاقات العامة، بالإضافة إلى الوسائل المطبوعة، الأفلام، والمعارض، والإذاعة الداخلية ، والشرائح المصورة وكذلك وسائل الاتصال السمعي والمرئي والسينما مما لا بد أن يتوفر لدى ممارس العلاقات العامة مقدار من الإطلاع والحس الفني .

وفي ضوء ما تقدم لا بد من ذكر حقيقة أنه ليس هناك ممارس علاقات عامة مثالي يلم بجميع الصفات المذكورة، لكونه كائن إنساني يتأثر بخبرته وبيئته مما يجعل من العسير أن يجوز كافة السمات، التي ذكرت، بل وعلى العكس من ذلك في كثير من الأحيان هناك الكثير من الصعوبات والمشكل المهنية والنفسية التي يعاني منها العاملون في مجال العلاقات العامة والتي غالباً ما تنعكس سلباً على جودة عملهم ولعل الاحتراق النفسي هو أحد المشاكل التي تواجه بعض العاملين في العلاقات العامة وسيعرض الباحث في السطور القادمة موجزاً حول مفهوم الاحتراق النفسي ومظاهره والعوامل المؤثرة فيه .

## ٦- الاحتراق النفسي :

يعتبر هيربرت فردينبرجر Herbert Freudenberger المحلل النفسي الأمريكي أول من أدخل مصطلح الاحتراق النفسي burnout الى حيز الاستخدام الأكاديمي وذلك عام ١٩٧٤م عندما كتب دراسة أعدها لدورية متخصصة Journal of Social Issues وناقش فيها تجاربه النفسية التي جاءت نتيجة تعاملاته وعلاجاته مع المترددين على عبادته النفسية في مدينة نيويورك. ولكن أعمال كرسطين ماسلاش Maslach أستاذة علم النفس بجامعة بيركلي الأمريكية مثلت الريادة في دراسة وتطوير مفاهيم الاحتراق النفسي .

وقد عرفت ماسلاش الاحتراق النفسي بأنه : مجموعة أعراض من الإجهاد الذهني والاستنفاد الانفعالي والتبلد الشخصي والإحساس بعدم الرضا عن المنجز الشخصي والأداء المهني Maslach 1982 وعادة ما يكون هناك لبس وغموض عن مفهوم الاحتراق النفسي وارتباطه بالضغوط النفسية نتيجة التداخل في التعريف بين المصطلحين وقد فرق Niehause بينهما في ثلاث خصائص:

- ١) يحدث الاحتراق النفسي من ضغوط العمل النفسية نتيجة تضارب الأدوار وازدياد حجم العمل .
  - ٢) يحدث الاحتراق لهؤلاء الذين عادة ما يتبنون رؤية مثالية لأداء الأعمال والاضطلاع بالمسؤوليات المهنية .
  - ٣) يرتبط الاحتراق النفسي عادة بالمهام التي يتعذر على الشخص تحقيقها.
- ويرى باحثون آخرون أن الاحتراق النفسي هو : المحصلة النهائية أو المرحلة المأساوية المتطرفة للضغوط، أي هو عرض من أعراض الضغوط النفسية .
- ويحدث الاحتراق النفسي عندما لا يكون هناك توافق بين طبيعة العمل وطبيعة الإنسان الذي ينخرط في أداء ذلك العمل. وكلما زاد التباين بين هاتين البيئتين زاد الاحتراق النفسي الذي يواجهه الموظف في مكان عمله. وأشارت ماسلاش إلى أن جذور وأساس الاحتراق النفسي يكمن في مجموعة عوامل تتركز في الظروف الاقتصادية والتطورات التكنولوجية والفلسفة الإدارية لتنظيم العمل .
- إذاً : هو مجموعة الضغوط النفسية التي تصيب ممارس العلاقات العامة ويعجز عن تحملها ومواجهتها عندما يرهق نفسه بالسعي لتحقيق أهداف كبيرة وإستراتيجية .

## ٧- العوامل المؤدية للاحتراق النفسي:

وقد حدد كل من ماسلاش وليتر Maslach & Leiter مجموعة عوامل تنظيمية مؤسسية تؤدي إلى الاحتراق النفسي لدى الموظفين والعاملين في بعض الشركات والمؤسسات والهيئات على النحو التالي:

**ضغط العمل:** يشعر الموظف بأن لديه أعباء كثيرة منطوية به، وعليه تحقيقها في مدة قصيرة جدا ومن خلال مصادر محدودة وشحيحة we have to do too much in too little time with too few resources وكثير من المؤسسات والشركات سعت في العقود الماضية إلى الترشيد من خلال الاستغناء عن أعداد كبيرة من الموظفين والعمالة، مع زيادة الأعباء الوظيفية على الأشخاص الباقين في العمل، ومطالبتهم بتحسين أدائهم وزيادة إنتاجيتهم .

**محدودية صلاحيات العمل:** إن احد المؤشرات التي تؤدي الاحتراق النفسي هو عدم وجود صلاحيات لاتخاذ قرارات لحل مشكلات العمل.. وتتأتى هذه الوضعية من خلال وجود سياسات وأنظمة صارمة لا تعطي مساحة من حرية التصرف واتخاذ الإجراء المناسب من قبل الموظف .

**قلة التعزيز الايجابي:** عندما يبذل الموظف جهدا كبيرا في العمل وما يستلزم ذلك من ساعات إضافية وأعمال إبداعية دون مقابل مادي أو معنوي ، يكون ذلك مؤشرا آخر عن المعاناة والاحتراق الذي يعيشه الموظف .

**انعدام الاجتماعية:** يحتاج الموظف أحيانا إلى مشاركة الآخرين في بعض الهموم والأفراح والتنفيس، لكن بعض الأعمال تتطلب فصلا فيزيقيا في المكان وعزلة اجتماعية عن الآخرين، حيث يكون التعامل أكثر مع الأجهزة والحاسبات وداخل المختبرات والمكاتب المغلقة .

**عدم الإنصاف والعدل:** يتم احيانا تحميل الموظف مسئوليات لا يكون في مقدوره تحملها. وعند إخلاله بها يتم محاسبته. وقد يكون القصور في أداء العمل ليس تقاعسا من الموظف، ولكن بسبب رداءة الأجهزة وتواضع إمكانياتها ومحدودية برامجها، إضافة إلى إمكانية عدم وجود كفاءات فنية مقتدرة لأداء الواجبات المطلوبة .

**صراع القيم:** يكون الموظف احيانا أمام خيارات صعبة، فقد يتطلب منه العمل القيام بشيء ما والاضطلاع بدور ما ولا يكون ذلك متوافقا مع قيمه ومبادئه. فمثلا قد يضطر عامل المبيعات أن يكذب من أجل أن يمرر منتجا على عميل، أو غير ذلك من الظروف والملابسات .

## ٨- مظاهر الاحتراق النفسي:

### أ- الإجهاد الإنفعالي:

ويشمل استنفاد المصادر العاطفية عند العامل لحد المستوى الذي يعجز فيه عن العطاء.

### ب- تبدل المشاعر تجاه العمل:

وتتمثل في العامل الذي ينشأ لديه شعور سلبي واتجاهات ساهرة نحو العمل وهي مرتبطة أيضاً بالشعور بالإجهاد الانفعالي .

### ج- الشعور بالنقص:

ويتمثل بميل العامل إلى تقويم ذاته بطريقة سلبية فيما يتعلق بالعمل .

### د- عدم الرضا الوظيفي:

وهو عدم الشعور بالاكتمال و الإنجاز النابع من العمل. هذا الشعور ليس له علاقة بالنقود أو المميزات أو حتى الإجازات. إنما ذلك الشعور بالارتياح النابع من العمل ذاته. ويرجع الرضا الوظيفي بقبول الإنسان وظيفته كما هي و قيامه باستغلال كل سبل الرضاء المتاحة له من خلالها. ويرتبط بالوظيفة الواحدة أكثر من مصدر لتحقيق الرضاء ، فالإنسان قد يشعر بالارتياح نتيجة لارتفاع أدائه في العمل أو جودة عمله أو تعلم مهارات جديدة أو العمل كجزء من فريق العمل و كذلك مساعدة الزملاء أو زيادة قدراته الشخصية أو حتى تلقي الثناء وأفضل رضا هو الثناء عليك .

### هـ- انخفاض المستوى المدرك :

وتتمثل في انخفاض المستوى المدرك من قبل العامل للمساندة الإدارية له .

## الفصل الثالث

### الدراسات السابقة :

يستعرض الباحث في هذا الفصل عدداً من الدراسات التي تناولت الاحتراق النفسي بعلاقته مع بعض المتغيرات، مع الأخذ بعين الاعتبار أنه وعلى حد علم الباحث لم يجد أية دراسة تتعلق بالاحتراق النفسي لدى العاملين في العلاقات العامة وقد تم عرض هذه الدراسات من الأقدم إلى الأحدث كما يلي:

١- دراسة إبراهيم أمين القريوتي فريد مصطفى الخطيب (٢٠٠٦):

(الاحتراق النفسي لدى عينة من معلمي الطلاب العاديين وذوي الاحتياجات الخاصة بالأردن).

### هدف الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على الاحتراق النفسي لدى عينة من معلمي الطلبة العاديين وذوي الاحتياجات الخاصة بالأردن، باختلاف فئة الطالب وجنسا للمعلم ودخله الشهري وحالته الاجتماعية وتخصصه.

**عينة الدراسة:** واشتملت عينة الدراسة على (٤٤٧) معلماً ومعلمة منهم (١٢٩) من الذكور و (٣١٨) من الإناث .

**أدوات الدراسة:** وقد استخدم الباحثان مقياس شرنك Shrink (1996) للاحتراق النفسي.

### أهم النتائج :

أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة الاحتراق النفسي تعزى لجنس المعلم أو حالته الاجتماعية. في حين أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى مستوى الدخل ولصالح ذوي الدخل المنخفض والمتوسط مقارنة بذوي الدخل المرتفع، كما أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير تخصص المعلم ولصالح المتخصصين. كما أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير فئة الطالب (عادي أو من ذوي الاحتياجات الخاصة) حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاحتراق النفسي لصالح معلمي الطلبة المعاقين والموهوبين مقارنة بمعلمي الطلاب العاديين .



٢- دراسة رمزي رسمي جابر ٢٠٠٧ ( دراسة تقويمية لظاهرة الاحتراق النفسي للمدرب).

هدف الدراسة : التعرف على مدى شيوع ظاهرة الاحتراق النفسي عند المدربين.

عينة الدراسة : أجريت الدراسة على عينة عشوائية، قوامها ( 60 ) مدربا في كرة السلة، وكرة اليد، وكرة الطائرة، ما نسبته ( 60 % ) من مجتمع الدراسة .

أدوات الدراسة: مقياس الاحتراق النفسي للمدرب الرياضي من إعداد محمد حسن علاوي ( 1998 )

أهم النتائج: وأظهرت نتائج الدراسة بأن زيادة الضغوط على المدرب بهدف تحقيق الفوز في المنافسات " قد احتلت المرتبة الأولى، في حين أن تزايد الإحباط ط يرتبط بمسئوليات المدرب جاء في المرتبة الثاني ، بينما جاءت الفقرة المتعلقة بـ " تدور في ذهنك أفكار عما إذا كانت مهنة التدريب مناسبة لك " في المرتبة الثالثة والأخيرة.

٣- دراسة علي بن شويل القرني:

(الاحتراق النفسي دراسة عن مستوى الضغوط المهنية في المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية)

هدف الدراسة : التعرف على حجم الضغوط المهنية ودرجة الاحتراق النفسي الذي يعاني منه المشتغلون في المؤسسات الإعلامية السعودية ، وذلك من خلال مسح ميداني لمختلف منسوبي الأجهزة الإعلامية الرسمية والخاصة في المملكة العربية السعودي .

عينة الدراسة : طبقت الدراسة عينة عشوائية بلغت ١٣٤ فردا .

أدوات الدراسة : مقياس ماسلاش للإحتراق النفسي، إضافة إلى فقرات خاصة بالضغوط المهنية .

أهم النتائج :وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود درجات متوسطة من الاحتراق النفسي لدى مجمل أفراد العينة في الأبعاد الثلاثة المكونة للمقياس من الإجهاد الانفعالي، والتبليد الإحساس، والإنجاز الشخصي. وقد تبين من البحث وجود اختلافات بين فئات العينة حسب المتغيرات المؤسسية والمتغيرات الفردية التي استخدمها هذا البحث. كما أشارت النتائج إلى وجود شعور بضغوط مهنية على منسوبي المؤسسات الإعلامية نتيجة المنافسة الواسعة ، أو الضغوط المؤسسية والمجتمعية .

تعقيب على الدراسات السابقة :

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، يُلاحظ أن أي من هذه الدراسات لم تتطرق إلى الاحتراق النفسي في علاقته مع العاملين في مجال العلاقات العامة ، وتختلف هذه الدراسة عن سابقتها بأنها تسلط الضوء على مجال جديد قد يتسلل إليه الاحتراق النفسي وهو مجال العلاقات العامة وهذا ما يجعل هذه الدراسة متميزة عن الدراسات التي سبقتها .

## الفصل الرابع

### الجانب المنهجي

#### مقدمة :

بعد الانتهاء من عرض الإطار النظري لمتغيرات الدراسة وعرض الدراسات السابقة المرتبطة بمتغيراتها وتحديد فروض الدراسة، كان لابد للباحث من إلقاء الضوء على الجانب المنهجي للدراسة. وذلك بعرض الإجراءات التي قام بها من أجل التأكد من صحة الفروض. ويتضمن ذلك توضيح نوع الدراسة والمنهج المستخدم فيها والعينة التي تم اختيارها والإجراءات المتبعة في اختيارها. ومن ثم عرض مجموعة الأدوات المستخدمة لجمع البيانات.

#### ١- منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج المسحي حيث تشير المراجع إلى أن هذا المنهج يستخدم على نطاق واسع في علم الاجتماع وإدارة الأعمال والعلوم السياسية والعلاقات العامة وعلم الاقتصاد. وتتضمن البحوث المسحية الحصول على معلومات بشكل مباشر من المشاركين في البحث عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة مكتوبة أو شفوية (أبو علام، ٢٠٠٤، ص ٢٤٣).

#### ٢- إجراءات الدراسة :

##### أ- عينة الدراسة :

شملت عينة الدراسة مجموعة من العاملين في مجال العلاقات العامة بلغ عددهم (٣٠) عاملاً توزعوا بين عاملين في :

- البنوك العامة والخاصة
- الفنادق العامة و الخاصة
- مؤسسة الاتصالات العامة والخاصة
- وزارة المالية
- الأكاديمية السورية للتدريب والتطوير

وقد أخذ الباحث بعين الاعتبار عند اختياره لعينة البحث سنوات العمل/ أكثر أو أقل من خمس سنوات/ والجنس/ ذكور وإناث/.

## ب أدوات الدراسة :

قام الباحث بإعداد استبيان لقياس الاحتراق النفسي عند العاملين في مجال العلاقات العامة وقد تألف الاستبيان من /١٨/ ثماني عشر عبارة تقيس الاحتراق النفسي.

وقد قام الباحث بمراجعة كافة الجهات التي يعمل بها أفراد عينة البحث وتطبيق الاستبيان بشكل شخصي.

## الأساليب الإحصائية المستخدمة :

قام الباحث باستخدام الحزمة الإحصائية الخاصة ببرنامج SPSS لاختبار الفروض.

## نتائج الدراسة وتفسيرها

يتناول الباحث في هذا الفصل عرض النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تطبيق أدوات الدراسة التي هدفت إلى التحقق من صحة الفروض التي قامت عليها. وقد تم التوصل إلى النتائج باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية تم ذكرها في نهاية الفصل الرابع. وبعد عرض الباحث لكافة النتائج ومناقشتها، قام بتقديم مجموعة من التوصيات في نهاية الفصل.

### أولاً- نتائج الدراسة :

النتائج المتعلقة باختبار الفرض الأول:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة تبعاً لمستغير الجنس .

والجدول رقم (١) يبين الوصف الإحصائي للفروق بين الذكور والإناث في الاحتراق النفسي.

الجدول رقم (١)

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة
الذكور	١٥	٢٩.٥٣٣٣	٤.٩٤	٠.٠٠١
الإناث	١٥	٣٦.٧٣٣٣	٥.٢٥	

والمستقرى للجدول السابق يلاحظ أن متوسط الاحتراق النفسي عند الإناث هو أعلى منه عند الذكور وأن مستوى الدلالة هو / ٠.٠٠١ / وهو دال وهذا يقود إلى قبول الفرض الأول بأن هناك فروق في درجة الاحتراق النفسي بين الذكور والإناث حيث أن الإناث هم أكثر احتراقاً من الذكور.

ويفسر الباحث هذه الفروق تبعاً لاختلاف طبيعة كل من الذكور والإناث في ميدان العمل فالإناث العاملات يتحملن مسؤولية أكبر من تلك التي يتحملها الذكور العاملين حيث للأثني أعباء في العمل كتلك التي للذكر بالإضافة إلى الأعباء التي تتحملها خارج العمل ( في المنزل من تربية وأعمال منزلية مطلوبة منها ) وغالباً ما تشعر بالجهد والتعب جراء قيامها بهذا كله ولذلك وكما بينت النتائج هي الأكثر احتراقاً من الناحية النفسية

### النتائج المتعلقة باختبار الفرض الثاني :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة تبعاً لمتغير عدد سنوات الخدمة .

والجدول رقم (٢) يبين الوصف الإحصائي للفروق بين عدد سنوات الخدمة والاحتراق النفسي.

الجدول رقم (٢)

سنوات الخدمة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة
أقل من خمس سنوات	١٥	٣٣.٣٦	٦.٩٠	٠.٢٥١
أكثر من خمس سنوات	١٥	٣٢.٧٢	٥.٠٦	

العامة الذين مضى على عملهم أكثر من خمس سنوات بلغ / ٣٢.٧٢ / أما بالنسبة للعاملين الذين لم يمض على عملهم خمس سنوات فقد كانت متوسط درجة الاحتراق النفسي / ٣٣.٣٦ / والفروق بين كلا المتوسطين لم يكن دالاً حيث كان مستوى الدلالة / ٠.٢٥١ / وهذا يقود الباحث إلى رفض الفرض الثاني الذي يشير إلى وجود فروق دالة في درجة الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة حسب متغير عدد سنوات الخدمة، ويفسر الباحث عدم وجود فروق في درجة الاحتراق النفسي بسبب تشابه ظروف العمل وعدم

تغيرها مع مرور الزمن فلا شيء جوهري يطرأ على العاملين في العلاقات العامة مع تقدمهم الزمني في العمل .

### النتائج المتعلقة باختبار الفرض الثالث :

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاحتراق النفسي عند العاملين في العلاقات العامة تبعاً لمستغير جهة العمل .

والجدول رقم (٣) يبين الوصف الإحصائي للفروق بين جهة العمل والاحتراق النفسي.

الجدول رقم (٣)

جهة العمل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة
حكومي	١٥	٢٩.٤٢	٥.١٠	٠.٠٠١
خاص	١٥	٣٦.٧٣٣	٥.٢٥	

المستقرئ للجدول السابق يجد أن متوسط درجة الاحتراق النفسي للعاملين في العلاقات العامة التابعين لجهة حكومية قد بلغ / ٢٩.٢٤ / وبانحراف معياري قدره / ٥.١٠ / في حين بلغ المتوسط للعاملين في العلاقات العامة والتابعين لجهة خاصة / ٣٦.٧٣٣ / وبانحراف معياري قدره / ٥.٢٥ / وهذه النتيجة تدل على ارتفاع درجة الاحتراق النفسي لدى العاملين في العلاقات العامة التابعين للجهات الخاصة ، ويفسر الباحث هذه النتيجة تبعاً لكم الأعمال المنوط بالعاملين في مجال العلاقات العامة في الجهات الخاصة حيث أن الجهات الخاصة غالباً ما تتطلب موظفيها بكم أكبر من الأعمال من تلك التي يقوم بها العاملين في العلاقات العامة في الجهات الحكومية أو العامة هذا من جهة ومن جهة أخرى العاملين في العلاقات العامة لدى الجهات الخاصة غالباً ما يقومون بالعمل لساعات أطول من نظرائهم العاملين في الجهات العامة أو الحكومية ، إضافة إلى الضمان والطمأنينة النفسية التي يشعر بها العاملين لدى الجهات العامة وذلك بسبب ضمان أجور التقاعد غير المتوفرة عند الجهات الخاصة ، وهذا كله يزيد من الاحتراق النفسي عند العاملين لدى الجهات الخاصة .

## توصيات البحث

### النتائج المفترضة لتفادي الاحتراق النفسي :

- (١) إدارة الوقت وكيفية استغلاله
- (٢) وضع خطة والسير عليها لكي لا يبقى العمل ضمن حلقة مفرغة
- (٣) النظرة التفاؤلية للعمل
- (٤) تحديد المسؤوليات في العمل
- (٥) اللياقة البدنية والصحية
- (٦) كبت الأنشطة المزاحمة ( استبعاد التفكير في المشاكل الأخرى والتركيز على المشكلة الحالية )
- (٧) تحسين مناخ العمل
- ٨ تخفيض فترات الاتصال المباشر.

### بعض طرق المعالجة :

- معالجة إدراكية من قبل ممارس العلاقات العامة : للمشاكل العاطفية والنفسية وإيجاد الأساليب لمواجهتها من خلال تدريب الشخصية على المرونة والصبر والتروي والهدوء الشخصي وإعادة فحص الفرد لقيمه وأهدافه وأولوياته فالأهداف غير الواقعية ( المثالية ) ستعرض الفرد للإحباط والارتباك أي بمعنى آخر التأكد من قابلية أهدافنا للتنفيذ .
- تقسيم الحياة إلى مجالات والتركيز قدر الإمكان على كل مجال نعيشه بمعزل عن الآخر .
- الأمل

## مراجع البحث :

١. د . نزار ميهوب: الأسس السيكولوجية للعلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، دمشق، ٢٠٠٩.
٢. د . نزار ميهوب : مدخل إلى العلاقات العامة، الطبعة الثانية، الأكاديمية السورية للتدريب والتطوير ، ٢٠٠٩
٣. فيليب كشتن : العلاقات العامة بين المبادئ والتطبيق "تدقيق ومراجعة د.نزار ميهوب" الطبعة الأولى، الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، دمشق، ٢٠٠٨.
٤. عبد الفتاح محمد دويدار : سيكولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٩.
٥. علي بن شويل القرني: الإعلام والاحترق النفسي "دراسة عن مستوى الضغوط المهنية في المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية"، قسم الإعلام - جامعة الملك سعود- الرياض.
٦. محمود فتحي عكاشة : علم النفس الصناعي، مطبعة الجمهورية، الإسكندرية ، ١٩٩٩.
٧. إبراهيم أمين القريوتي وفريد مصطفى الخطيب: الاحترق النفسي لدى عينة من معلمي الطلاب العاديين وذوي الاحتياجات الخاصة بالأردن، مجلة كلية التربية / جامعة الإمارات العربية المتحدة السنة الحادية والعشرون العدد ٢٣، ٢٠٠٦ م
٨. رمزي جابر : دراسة تقويمية لظاهرة الاحترق النفسي للمدرب، مجلة جامعة الاقصى، المجلد الحادي عشر، العدد الأول يناير، ٢٠٠٧ م.
٩. رجاء أبو علام : مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، الطبعة الرابعة، دار النشر للجامعات، القاهرة ، ٢٠٠٤ م .





## الاستبيان

م	العبارة	نعم	لا	أحيانا	لا جواب
١	أشعر باستنفاد كامل طاقتي في نهاية اليوم الذي أفضيه في عملي .				
٢	أشعر بالإرهاق حينما أصحو في الصباح لمواجهة يوم عمل آخر .				
٣	التعامل مع الناس طوال اليوم يسبب لي التوتر .				
٤	أشعر بالضجر والملل بسبب عملي .				
٥	أشعر بالإحباط في عملي .				
٦	أشعر أنني ابدل حل جهدي في عملي .				
٧	التعامل مع الناس بشكل مباشر يشكل ضغطا كبيرا علي .				
٨	أشعر بأنني أعامل بعض فئات الجمهور وكأنهم جمادات لا حياة فيها .				
٩	أصبحت شخصا قاسيا على الناس منذ بدأت هذا العمل .				
١٠	أشعر بالقلق في أن يسبب لي هذا العمل قساوة وتبلدا في مشاعري .				
١١	أشعر أن الجمهور يلومني على بعض المشاكل التي يعاني منها.				
١٢	أستطيع وبسهولة تهيئة الجو المناسب لأداء عملي على أكمل وجه .				
١٣	أشعر بالابتهاج من خلال عملي وتعاملي مع الجمهور .				
١٤	في عملي أتعامل بمدوء تام مع المشاكل النفسية .				
١٥	حققت أشياء كثيرة جديدة بالتقدير في هذا العمل .				
١٦	أتعامل بكفاءة عالية مع مشاكل العمل والجمهور .				
١٧	أشعر أنني من خلال عملي أؤثر إيجابا في حياة الآخرين .				
١٨	أشعر بالنشاط والحيوية مع نهاية يوم عمل .				