

دور الاتصال الفعال في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة

(دراسة ميدانية في ادارة مصرف الوحدة)

أ.فاطمة عبد السلام الورفلي

بكلية الإعلام والاتصال، جامعة اجدابيا

Fatemaalmoktar2@gmail.com

ملخص البحث:

تدور مشكلة البحث حول معرفة دور الاتصال الفعال في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة في إدارة مصرف الوحدة، وكذلك معرفة الصعوبات التي تعيق الاتصال الفعال لموظفي العلاقات العامة، وتقديم مقترحات لمواجهة هذه الصعوبات. وللتأكد من مشكلة الدراسة تطلب الأمر القيام بدراسة ميدانية من اجل تجميع البيانات ولتحقيق الهدف من الدراسة الميدانية تم تصميم استمارة استبيان استهدفت موظفي العلاقات العامة بشكل أساسي ونظرا لقلة عددهم شملت الدراسة ايضاً مديري الإدارات ورؤساء الأقسام داخل إدارة مصرف الوحدة، وتم استخدام النسب المئوية والتكرارات كأسلوب احصائي لتحليل البيانات واستخلاص النتائج.

وتكون مجتمع الدراسة من (68) مفردة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي من خلال طرح مجموعة من الأسئلة في شكل استمارة استبيان، وأسلوب الحصر أو المسح الشامل لكل الموظفين. وتبرز أهمية البحث في الآتي:

1. تبين هذه الدراسة ما إذا كان للاتصال الفعال دور في تحسين الأداء المهني للعاملين في العلاقات العامة.
2. معرفة علاقة الاتصال الفعال بتحسين الأداء المهني للعلاقات العامة.
3. إثراء المعرفة لهذا النوع من الدراسات، وذلك للرفعي بمكانة العلاقات العامة بين الوظائف الإدارية الأخرى.
4. حاجة المجتمع والدولة ككل إلى كوادر بشرية متخصصة متدربة في مجال العلاقات العامة.

Research Summary:

The research problem revolves around knowing the role of effective communication in improving the professional performance of public relations in the management of Al Wahda Bank, as well as knowing the difficulties that hinder effective communication for public relations staff, and submitting proposals to address these difficulties.

To confirm the problem of the study, it required a field study in order to collect data and to achieve the goal of the field study, a questionnaire form was designed that targeted public relations employees mainly, and due to their small number, the study also included directors of departments and heads of departments within the management of Al-Wahda Bank, and percentages and frequencies were used as a statistical method to analyze data and draw conclusions.

The study population consisted of (68) single, and the researcher used the descriptive approach by asking a set of questions in the form of a questionnaire form, and the method of inventory or comprehensive survey of all employees

The importance of research is highlighted in the following:

1. This study shows whether effective communication has a role in improving the professional performance of public relations workers.
2. Know the relationship of effective communication to improve the professional performance of public relations.
3. Enriching knowledge for this type of studies, in order to raise the status of public relations among other administrative functions.
4. The need of society and the state as a whole for specialized human cadres trained in the field of public relations.

المقدمة:

يقوم الاتصال الفعال بدور مهم في تنظيم وتنسيق الأعمال والنشاطات التي يقوم بها موظفي العلاقات العامة داخل المؤسسات، أو في تعاملاتهم مع الجمهور الداخلي والخارجي من خلال تبادل المعلومات والأفكار، كما يهدف الاتصال الفعال إلى إكساب موظفي العلاقات العامة الخبرات العلمية التي تمكنهم من تطوير المهارات الاتصالية لديهم وتنمية قدراتهم الفكرية والوظيفية، ويمكنهم من إيجاد الحلول للمشكلات التي تواجههم في مواقع عملهم مما ينعكس على تحسين إنتاجهم كماً، وكيفاً.

حيث نجد العديد من المؤسسات لا تهتم بالاتصال الفعال ودوره في تحسين الأداء المهني للعاملين في العلاقات العامة، وهذا بدوره يعيق العاملين عن مواكبة التطور المستمر في أساليب الحياة والقدرة على الابتكار والإبداع التغيير.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الاتصال الفعال في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة في إدارة مصرف الوحدة، وللتحقق من ذلك تم تقسيم الدراسة إلى الآتي:

1. الإطار المنهجي:

والذي اشتمل على الإجراءات المنهجية بهذه الدراسة من تحديد مشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، وتعريف المصطلحات الواردة في الدراسة، وتساؤلات الدراسة ومجالاتها.

2. الإطار النظري:

وتم تقسيمه إلى فصلين حيث يشتمل الفصل الأول **الاتصال الفعال** على الاتصال الفعال، وأهميته، ومميزاته، أما الفصل الثاني **العلاقات العامة** تناولت فيه العلاقات العامة، ومفهومها، وخصائصها، وأهميتها، ووظائفها، كذلك مواصفات تزيد من كفاءة العاملين في العلاقات العامة.

3. الإطار الميداني:

ويتناول عرض وتحليل نتائج استمارة الاستبيان التي تم عرضها على مديري الإدارات ورؤساء الأقسام وموظفي العلاقات العامة، كذلك ملخص وتوصيات الدراسة.

مشكلة الدراسة:

إن صياغة المشكلة وتحديدتها شرط أساسي لإجراء أي دراسة حيث أنه إذا تمت صياغة المشكلة بشكل سليم في صورة جملة خبرية أو جملة استفهامية لا بد أن تكون الصياغة قابلة للتحليل بما يكفل تقسيم المشكلة إلى عدد من المشكلات الفرعية يتم تحديدها ف صورة أسئلة وهو ما يسمى بتساؤلات الدراسة⁽¹⁾.

ويعد الاتصال وسيلة يمكن بواسطتها توطيد الجهود الجماعية في أي مؤسسة، حيث انه نقل المعلومات من شخص لآخر أمر ضروري من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة⁽²⁾.

فالالاتصال الفعال يعتبر من أهم وأبرز النشاطات التي تتحكم في نشر وتبادل الرسائل في شكل معلومات وآراء وأفكار ومشاعر عبر مختلف الوسائل الاتصالية، ومن هذا المنطلق تدور مشكلة البحث حول معرفة دور الاتصال الفعال في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة في إدارة مصرف الوحدة، وكذلك معرفة الصعوبات التي تعيق الاتصال الفعال لموظفي العلاقات العامة، وتقديم مقترحات لمواجهة هذه الصعوبات.

1 - شحاتة سليمان محمد، مناهج البحث بين النظرية والتطبيق، ط1، مركز الإسكندرية للكتاب، ط 2005، ص 35.

2 - مصطفى محمد ابوبكر، عبد الله عبد الرحمن الدويري، الاتصال الفعال مدخل إستراتيجي سلوكي لجودة العلاقات العامة في الحياة والأعمال، الناشر الدار الجامعية، الإسكندرية، ط 2013، ص 170.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

1. تبين هذه الدراسة ما إذا كان للاتصال الفعال دور في تحسين الأداء المهني للعاملين في العلاقات العامة.
2. معرفة علاقة الاتصال الفعال بتحسين الأداء المهني للعلاقات العامة.
3. إثراء المعرفة لهذا النوع من الدراسات، وذلك للرقى بمكانة العلاقات العامة بين الوظائف الإدارية الأخرى.
4. حاجة المجتمع والدولة ككل إلى كوادر بشرية متخصصة متدربة في مجال العلاقات العامة.

الهدف من الدراسة:

قد يكون الهدف من الدراسة الكشف عن جانب أو أكثر من جوانب ظاهرة، أو التعرف على الجانب الوظيفي لها أو الوصفي، ووصف عناصرها كما يرى البعض إن الهدف من الدراسة من الممكن أن يرد إلى هدفين أساسيين أحدهما علمي والآخر عملي والهدف هو إثراء هذا النوع من الدراسات والاهتمام بها. (1)

1. معرفة دور الاتصال الفعال في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة.
2. معرفة شروط الاتصال الفعال.
3. تنمية الوعي بأهمية استخدام الاتصال الفعال في العلاقات العامة والحث على التدريب على وسائل الاتصال الحديثة.
4. معرفة الوسائل الاتصالية المستخدمة في الاتصال الفعال ومدى استفادة القائم بالعلاقات العامة منها.
5. الخروج بمقترحات وتوصيات تهدف إلى التغلب على معوقات الاتصال الفعال للعلاقات العامة في إدارة مصرف الوحدة.

1 - علي عبد المعطي، محمد السرياني، أساليب البحث العلمي، ط1، مكتبة الفلاح، 1977، ص 403.

الدراسات السابقة:

أجريت العديد من الدراسات العربية والمحلية في مجال الاتصال الفعال والعلاقات العامة، والتي تقترب في دراستي في موضوع هذه الدراسة حسب إطلاع أو علم الباحثة أهم هذه الدراسات حسب التسلسل الزمني ما يلي:

1. دراسة أبوبكر المبروك الغزالي (1996): العلاقات العامة في المجال الصناعي دراسة ميدانية على شركات الإسمنت الليبية والأنابيب والأسلاك في مدينة بنغازي.

• هدفت هذه الدراسة إلى: -

- معرفة درجة الأهمية التي تتمتع بها العلاقات العامة داخل القطاع الصناعي، وذلك من خلال جمهورها الداخلي والخارجي.

- وتهدف أيضاً هذه الدراسة إلى معرفة الأسس العلمية للعلاقات العامة وأساليب ممارستها.

• المنهج الذي استخدمه الباحث: أسلوب الحصر الشامل بالنسبة للعاملين بالأجهزة للجمهور الداخلي، أما الجمهور الخارجي فقد تم استخدام العينة الطبقية العشوائية للمنظمة بالإضافة إلى استخدام المنهج المقارن.

• توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- معاناة أجهزة العلاقات العامة في تلك المؤسسات من صعوبات مالية وبشرية ومادية.

- عدم الاهتمام الكبير بعملية الاتصال والبحث والتخطيط باعتبارها وظائف للعلاقات العامة.⁽¹⁾

2. دراسة صبرينه رماش (2009): الفاعلية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية في الشركة الوطنية للكهرباء والغاز

• هدفت هذه الدراسة إلى:

- محاولة تصميم خطة اتصالية يمكن أن تنتجها المؤسسة لمعرفة مدى تأثير الروابط التنظيمية والأنشطة الإدارية على الفاعلية الاتصالية.

- الكشف على عدة أمور ترتب بواقع العلاقات العامة من بينها مؤهلا العاملين في مجال العلاقات العامة وخبرتهم.

1 - أبوبكر المبروك الغزالي، العلاقات العامة في المجال الصناعي دراسة ميدانية على شركات الإسمنت الليبية والأنابيب والأسلاك في مدينة بنغازي، 1996، رسالة ماجستير

غير منشورة، جامعة قاروينس، كلية الآداب، قسم الإعلام.

• **المنهج الذي استخدمه الباحث:** المنهج الوصفي التحليلي، المسح الشامل لجميع القائمين على الاتصال في المؤسسة بكل فروعها.

• **نتائج الدراسة:**

- إن المؤسسة تتمتع بتنسيق جيد بين الوظائف داخل المؤسسة وذلك في إطار الاهتمام بكسب ثقة ورضا الجمهور.
- هناك تحسين نوعي لوسائل الاتصال في المؤسسة حيث أصبح الاعتماد على الإنترنت أكثر استخداماً.
- وجود مشكلة نقص المختصين في مجال الإعلام والاتصال في المؤسسة تعيق تنفيذ الخطة الاتصالية في الوقت المحدد لها. (1)

3. دراسة محمد وسمي الشمري (2012-2013): دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقق الرضا الوظيفي للعاملين فيها - دراسة ميدانية.

• **هدفت هذه الدراسة إلى:**

- التعرف على استخدام المكتب الإعلامي لأنشطة العلاقات العامة في وكالة (كونا).
- معرفة مدى فاعلية أساليب العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي.

• **المنهج المتبع:** المنهج الوصفي.

• **نتائج الدراسة:**

- هناك عدد من المعوقات التي تحول دون قيام العلاقات العامة في وكالة الأنباء (كونا) بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين منها عدم وجود العدد الكافي من العاملين المتخصصين في مجال العلاقات العامة، كذلك نقص الدورات التدريبية للعاملين.
- هناك دور للعلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تحقيق الرضا الوظيفي ولكن توجد بعض العقبات. (2)

1 - سميرة زيناد، اسيا باريس، دور العلاقات العامة في تفعيل الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية مدرسة الحماية المدنية - أم البواقي ، 2016 ، ص 11 ، ص 12 ، (تم الاطلاع عليها ضمن دراسة صيرينا رماش ، 2009).

2- محمد وسمي الشمري، دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) ف تحقيق الرضا الوظيفي، رسالة ماجستير كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2012-2013، ص5، ص65.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة استفادة كبيرة من خلال اطلاعها على الدراسات والبحوث المحلية والعربية السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وبلورتها في شكل عملي دقيق وتحديد تساؤلات الدراسة بشكل يخدم أهدافها، وفي تصميم استمارة الاستبيان، والاستفادة منها من خلا استخدام بعض الأساليب داخل هذه الدراسة كأسلوب الدراسات المسحية يختص بالجانب الميداني، وأسلوب الدراسات المكتبية فيما يتعلق بالإطار النظري.

تساؤلات الدراسة:

عبارة عن مجموعة من الأسئلة يطرحها الباحث ويحاول الإجابة عليها في دراسته، وهي تساعد في تحديد البيانات التي تجيب عليها الدراسة.⁽¹⁾

1. ما يعني الاتصال الفعال؟
2. ماهي شروط الاتصال الفعال؟
3. ماهي العوامل المؤثرة في تحسين الأداء؟
4. ما علاقة الاتصال الفعال بتحسين الأداء؟
5. ما لعقبات التي تواجه الاتصال الفعال في تحقيق تحسن الأداء المهني؟

مصطلحات الدراسة:

ان تعريف المصطلحات الواردة في عنوان الدراسة، وتحديد مدلولها وما ستشير اليه طبيعة استخدامها سيساهم بشكل كبير في تسهيل عملية الفهم لموضوع الدراسة.⁽²⁾

دور: هو الوظيفة أو المركز الإدارة في المنظمة الذي يقوم به الموظف ويحمل معه توقعات معينة لسلوكه كما يراه الآخرون.⁽³⁾

الاتصال الفعال: هو عملية تبادل المعلومات أو الأفكار من شخص إلى آخر وإلى مجموعة أو بين مجموعتين أو أكثر، وذلك من خلال استثمار كافة إمكانيات الإلقاء والتلقي، وأساليب

1 - مدحت أبو النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي، ط1، مجموعة النيل العربية، 2004، ص 122.

2 - عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، كتابة البحث العلمي (مفهومه وإجراءاته ومناهجه)، ط1، بنغازي ليبيا، منشورات جامعة قاروينس، ص52، 1994.

3 - محمد سيد فهمي، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، الناشر دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2006، ص 151.

الاتصال المختلفة المناسبة بهدف تحقيق اقصى درجات التواصل وزيادة فاعلية التواصل بين الأشخاص. (1)

تحسين: تلك العملية المتمثلة في الجهود العلمية التي تعتمد على الأساليب العلمية المتطورة لتحليل الأداء البشري في بيئة العمل للتعرف على مدى فاعليته لتحقيق اهداف المنظمة. (2)

الأداء المهني: هو الأعمال التي يمارسها الفرد للقيام بمسئوليته التي يصلح تنفيذها في الوحدات التنظيمية وصولاً لتحقيق اهداف الوحدة التنظيمية. (3)

العلاقات العامة: الفن القائم على أسس عملية لبحث أسس طرق التعامل الناتجة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع. (4)

مصرف الوحدة: هي إدارة مصرفية على مستوى ليبيا وتقوم الإدارة بالإشراف على عمل الفروع التابعة لها وعن طريق مجلس الإدارة والمدير العام لإدارة المصرف يتم رسم السياسة العامة للمصرف.

مصرف الوحدة: الإدارة العامة بمدينة بنغازي شركة مساهمة ليبية تأسست بموجب القانون رقم 153 الصادر بتاريخ 1970/2/22، يقدم المصرف الخدمات المصرفية بجميع أنواعها من خلال فروعها 76 فرعاً ووكالاته المنتشرة في جميع مدن وقرى ليبيا ومزودة بأحدث اللازم للعمل المصرفي. (5)

منهجية الدراسة:

تعد عملية اختيار منهج معين من مناهج البحث العلمي ذات اهمية بالغة في مجمل النشاط البحثي ليلائم طبيعة المشكلة المبحوثة التي تؤدي الى الفهم الموضوعي للمشكلة والوصول الى نتائج دقيقة وعلمية. (6)

1 - سميرة المبروك البسيكري، مهارات الاتصال الفعال في المؤسسات التعليمية، ص 285، العدد السادس، نوفمبر 2019، مجلة القرطاس.

2 - احمد حسين، المفاهيم الأساسية لتحسين وتطوير الأداء البشري، . human-Center.com/ar/news/.7

3 - نعيم إبراهيم الطاهر، الإدارة الاستراتيجية لمفهوم الأهمية، التحريات ط1، صدار الكاتب العالمي - نشر وتوزيع، 2009- ص 179.

4 - انس بونس، العلاقات العامة ودورها في النهوض بالمؤسسات، مجلة الراصد العربي، الإسكندرية، مجلة فصلية، العدد 96، ربيع 2008، ص25.

5 - هاني الفيتوري، موظف بإدارة الموارد البشرية، مقابلة يوم الثلاثاء، الساعة 10 صباحاً.

6 - علي احسان شوكت، فوزي نوري عبد الخالق فايق، البحث العلمي اساليبه ادواته، ط1، القاهرة، دار المناهج، للنشر والتوزيع، 2004، ص67.

نوع هذه الدراسة ومنهجها:

هذه الدراسة تصنف تحت نوع الدراسات الوصفية، حيث تعتمد على دراسة الوقائع، والاحداث، والظواهر، والمواقف، والآراء، وتحليلها وتفسيرها، للوصول إلى استنتاجات مفيدة.

المنهج الوصفي: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي الذي يتوافق مع طبيعة الدراسة والأهداف، والدراسات الوصفية لا تقتصر على جمع المعلومات والبيانات، انما تعتمد على تبويبها وتصنيفها، وتحليلها تحليلاً شاملاً ثم استخلاص النتائج المفيدة.

المسح المكتبي: قامت الباحثة بالاطلاع على الكتب والوثائق والمعلومات والدراسات السابقة في مجال المشكلة، وكذلك البحث في الشبكات الإلكترونية المختلفة ذات العلاقة بموضوع البحث. **أدوات جمع المعلومات:** من الوسائل التي تراها الباحثة ملائمة لخدمة الإطارين النظري والميداني الكتب، والدوريات، شبكة المعلومات، والتي تفيد الجانب النظري للدراسة والزيارات، أما استمارة الاستبيان، والمقابلة فهي تفيد الجانب الميداني، ومن هذه الوسائل التي تراها الباحثة ملائمة لاستخدامها في هذه الدراسة هي:

1. **استمارة الاستبيان:** عبارة عن مجموعة من الأسئلة يتم تقديمها إلى عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عنها.⁽¹⁾

واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات، بحيث احتوت على كافة تساؤلات الدراسة.

2. **المقابلة:** تعد من الطرق الشائعة في الحصول على البيانات في مختلف حقول العلوم الإنسانية، والمقابلة تفاعل لفظي بين شخصين في موقف المواجهة.⁽²⁾

حيث استخدمتها الباحثة في جمع البيانات والمعلومات، والحقائق حول الإدارة المعنية بالدراسة، حيث ان المقابلة ساعدت الباحثة على تقديم نبذة مختصرة عن إدارة مصرف الوحدة والتعريف بها، وتمت المقابلة مع مديري الإدارات ورؤساء الأقسام المتخصصين في مجال العلاقات العامة داخل الإدارة قيد الدراسة بهدف الحصول على المعلومات الواضحة والسليمة.

1 - عبد الحيد النعيمي، وسائل جمع البيانات والمعلومات في الدراسات الاجتماعية، مجلة الدراسات العليا، دمشق، اكااديمية الدراسات العليا والبحوث الاقتصادية، العدد السابع، ربيع 1428هـ، ص20.

2 - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط3، القاهرة، نشر وتوزيع عالم الكتب، 2004، ص 130.

مجتمع الدراسة:

هو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. (1) وعليه ترى الباحثة طبقاً لاحتياجات ومتطلبات هذه الدراسة بأن مجتمع البحث هم افراد الجمهور الداخلي العاملين بإدارة مصرف الوحدة حيث أن الدراسة معنية بتحديد دور الاتصال الفعال في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة وطبيعة الاتصال يقوم به ومن كلاً من مدراء الإدارات ورؤساء الأقسام اسوة بالقائم بالعلاقات العامة حيث لا يمكن اجراء دراسة ذات جدوى لقلة عدد القائمين على العلاقات العامة، لهذا أجريت هذه الدراسة بأسلوب المسح الشامل لكل هؤلاء القائمين بالعلاقات العامة ، ومديري الإدارات ، ورؤساء الأقسام ، وعليه قامت الباحثة بتوزيع استمارات الاستبيان التي بلغ عددها (68) استمارة .

صدق الأداة:

قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في مجال العلاقات العامة - والإحصاء - ومناهج البحث، والبالغ عددهم 6 محكمين بهدف إبداء الرأي حول درجة وضوح العبارات في الاستبيان ومدى وملاءمتها لأغراض الدراسة.

اختبار الثبات:

قامت الباحثة باختبار ثبات استمارة الاستبيان من خلال الاختبار وإعادة الاختبار، ووزعت الباحثة (10) استمارات على بعض موظفي إدارة مصرف الوحدة، وبعد مرور أسبوعين قامت الباحثة بإعادة توزيع استمارات الاستبيان على نفس المجموعة التي تم اختيارها عشوائياً، وتحليلها باستخدام معادلة كوبر للثبات. (2)

الاتفاق / الاتفاق + عدم الاتفاق * 100

مجالات الدراسة:

لا تخلو أي دراسة في مجال البحث العلمي من تحديد إطار أو حدود وهي تختلف باختلاف مجال الذي تتناوله الدراسة ويتمثل في الآتي:

1 - علي احسان شوكت، فوزي نوري عبد الخالق فايق، مرجع سابق، ص 85.

2 - مروان عبد الحميد إبراهيم، الأسس العلمية والطرق الإحصائية للاختبارات والقياس في التربية الرياضية، ط1، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر، 1999، ص112.

الموقع الجغرافي: تكمن مشكلة الدراسة في النطاق او المكان الذي تجرى فيه الدراسة وتحديد الإطار الميداني والذي يتمثل في إدارة مصرف الوحدة في مدينة بنغازي

المجال البشري: ويتمثل في مديري الإدارات ورؤساء الأقسام وموظفي العلاقات العامة في إدارة مصرف الوحدة

المجال الزمني: يتحدد المجال الزمني بالفترة التي قامت بها الباحثة بالدراسة وهي الفترة التي استغرقتها الإطار النظري والميداني في جمع المعلومات وتفسيرها والتعليق على النتائج في الفترة الزمنية 2023-2024.

الاتصال:

الإنسان كائن اجتماعي لا يعيش بمعزل عن الآخرين فهو دائماً في جماعة يتعامل معها حتى إذا كان الفرد يقيم بمفرده فهو لا بد وان يتفاعل مع آخرين خارج مقر اقامته، والأفراد بحاجة لتعلم مهارات الاتصال او التفاعل مع غيرهم في مواقف الحياة المختلفة والمواقف ال يواجهها الفرد في حياته تحتاج على تنمية عدد من مهارات الاتصال الفعال لكي يتمكن العاملين في مجال العلاقات العامة من توجيه رسائل واضحة للجمهور الخارجي واستخدام الاتصال الفعال لموظف العلاقات العامة يعتبر امراً ضرورياً سواء كان تخصصه في مجال العلاقات العامة ام في مجال اخر .

واستخدم الاتصال الفعال ف المؤسسة يساهم في معرفة أفكار و آراء الجمهور الداخلي والخارجي اتجاه المؤسسة وتحقيق التوافق بين مصلحة الجمهور والمؤسسة.

هناك العديد من التعريفات للاتصال منها:

الاتصال: هو عملية يتم بواسطتها نقل المعلومات والمهارات أو الميول أو القيم من فرد لأخر أو من جماعة إلى جماعة. (1) **ويعرف الاتصال الفعال:** عملية مخطط لها تستهدف تحفيز الآخرين، وخلق دوافع عندهم لتبني مواقف وممارسات جديدة. (2)

مهارات الاتصال الفعال: تتطلب عملية الاتصال في مختلف مستوياتها وظروفها مهارات أساسية يجب على المرسل والمستقبل أن يتقنها، كما يمكنه تطويرها بنفسه من خلال القرآن والتعلم، والخبرة

1 - إبراهيم عبد العزيز الدعيج، الاتصال والوسائل والتقنيات التعليمية، ط1، دار صفاء للنشر، الأردن 2011، ص12.

2 - مصطفى محمود، ابوبكر عبد الله بن عبد الرحمن البديري، الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلوكي بحوث في الحياة والاعمال، ط1، 2013، الدار الجامعية، الإسكندرية،

في المواقف المختلفة التي تحتاج إلى عمليات اتصال بأشكالها وأنواعها المختلفة، ويتخلص هذه المهارات فيما يلي:

- **التحدث بواقعية:** حيث أن تقدم الأدلة والحجج التي تدعم الكلام من شأنها تعزيز حجة المتكلم، وسهولة اقناع الآخرين بوجهة النظر المختلفة وتقبل الراي الأخر، كما ان استخدام وسائل توضيحية تتناسب مع الموضوع مستحب كالرسومات والإحصائيات والجداول والصور.
- **التحدث بود ولطف:** مما لا شك فيه ان أسلوب المتكلم له دور رئيسي في تقبل الآخرين لمضمون رسالته، وحسن الاستماع إليها.
- **الإيجاز والوضوح:** اذ لا بد من الابتعاد عن العبارات الغامضة او التي تحمل أكثر من معنى، كذلك لا بد من استخدام كلمات مفهومة والابتعاد قدر الإمكان عن المعلومات المكررة والتي لا فائدة منها ولا تعطي معنى جديداً يجب البدء بالحديث مباشرة دون الإسهاب في المقدمات، كذلك استخدام الكلمات المألوفة والشائعة.
- **الابتعاد عن مصدر التشويش.**
- **التحضير الجيد قبل التواصل:** ذلك ينظم الأفكار ومعرفة الأسلوب المناسب للطرح والتحضير الجيد الذي يجهز لتسلسل الأفكار وعدم تشابهها.
- **اختيار الوقت المناسب:** يعد اختيار الوقت المناسب من اهم مهارات التواصل الفعال للعاملين في العلاقات العامة. (1)
- **مهارة الكتابة:** هي تحويل تلك الرموز الصوتية اللغوية على رموز مكتوبة على أي وسيط من وسائط الحفظ. (2)
- **مهارة التفكير:** تعد مهارة أساسية لكل اتصال جيد وبدونه لا تنتج عملية اتصال من أي نوع.
- **مهارة الاتصال الرقمي (استخدام التكنولوجيا):** لا بد من الاستعمال الجيد للوسائل التكنولوجية الحديثة للعملية الاتصالية خاصة بعد التقدم التكنولوجي لنظام المعلومات نظراً بما تحققه من مزايا بأقل جهد ووقت.
- **مهارة التعامل مع الآخرين:** يتعامل المدير مع من يرأسه في السلم الوظيفي، وكذلك يتعامل موظف العلاقات العامة مع جمهور مختلف من الناس ولذا من الأهمية التعرف على طبيعة

1 - جعرون امنية، اثر مهارات الاتصال عل فاعلية العلاقات العامة (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بوزقلة)، رسالة ماجستير، ص30.

2 - سيد نبيلة (دراسة من 2017)، الذكاء الاجتماعي وعلاقته بمهارات الاتصال لدى مدررة ومربيات المدارس الابتدائية، مجلة لإرشاد النفسي، ص 52.

الرؤساء او الجمهور وانماطهم السلوكية ومدى نضجهم الفكري، ونوع علاقات العمل التي يجذبونها ومستوى التفاهم معهم.

- **مهارة استعمال الاتصال الرقمي:** وهي القدرة على استخدام أجهزة الحاسبات الآلية وشبكة الاتصال المتقدمة، بالإضافة إلى الأساليب والمهارات الفنية اللازمة لتشغيلها وهذا يعتبر مورداً استراتيجياً لسهولة الحصول على المعلومات داخل المؤسسة. (1)
- **الإدارة:** تعد العلاقات العامة إحدى الوظائف الإدارية بالمؤسسة الحديثة يصعب الاستغناء عنها، وتعتمد العلاقات العامة كوظيفة إدارية على تجميع وتحليل الآراء عن الجماهير الداخلية الخارجية التي تتعامل مع المؤسسة.

عناصر الاتصال الفعال:

لكي تجعل اتصالك فعالاً يجب أن تراعي ما يلي:

1. يجب ان تأخذ في اعتبارك ان الاتصال عبارة عن علاقة تبادلية إنسانية أي هي تأثير الناس على الناس.
2. حدد اهدافك من الاتصال مع مراعاة الكيفية التي مكن ان يفسر بها الطرف الآخر هذه الأهداف ويتجاوب معها.
3. قبل الاتصال عليك ان تكتشف الاشياء التي تثير اهتمام الطرف الآخر.
4. يجب ان تكون رسالتك ذات قيمة للطرف الآخر على حسب مفاهيم الأشياء ذات القيمة.
5. ان الاتصال الفعال يعتمد على تفسر الرسالة أي شرح المعنى بأسلوب تحفيزي يتقبله الطرف الآخر ويفهمه بناء على خبراته ومعلوماته السابقة. (2)

اهداف الاتصال الفعال:

التواصل هو اهم جزء في العملية التعليمية يهدف الى نقل او تبادل الأفكار، وتنجح عملية نقل وتبادل تلك المعلومات والأفكار في حالة توافر تقنيات، ومهارات الاتصال الفعال بشك مناسب لدى القائمين بالعلاقات العامة تقوم عملية الاتصال الفعال على تحقيق مجموعة من الأهداف منها:

1. بناء علاقات انسانية ناجحة، وإيجابية بين أطراف عملية الاتصال، قائمة على الثقة، والاحترام المتبادل، وإيجاد مساحة مشتركة للتفاهم.

1 - جرون امنية، مرجع سابق، ص31.

2-محمود صديق عبدالواحد، مهارات الاتصال (النظرية والتطبيق)، ص 103، ط1، 2015، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.

2. التعرف على أفكار و آراء الآخرين، في بعض القضايا ذات الاهتمام المشترك، وذلك عن طريق التغذية المرتدة اللفظية وغير اللفظية.

3. تبادل الخبرات والأفكار مما يساهم في تطوير وتحسين آراء العاملين في العلاقات

العامة ومما ينعكس ايجابياً على المؤسسات التابعين لها وعلى المجتمع بأكمله. (1)

عناصر العملية الاتصالية:

تتطلب عملية الاتصال لكي تكتمل مجموعة من العاصر او المكونات الأساسية المرتبطة والمكاملة لبعضها البعض نستطيع تحديدها فيما يلي:

1. المرسل (المصدر): هو المسئول عن اعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والمهارات

والاتجاهات التي يحتاجها الأفراد والجماعات في مواقف معينة.

2. الرسالة: هي الأفكار والمفاهيم والاحساسات، والاتجاهات والقيم التي يرغب المرسل

باشتراك الآخرين فيها وذلك في موقف معين.

3. الوسيلة: هي الرمز او اللغة التي يستخدمها المرسل ليعبر عن رسالته أو يرب في توجيهه

من أفكار أو مهارات أو غر ذلك.

4. المستقبل: هو الفرد او الجماعة او الجماهير التي وجه المرسل إليهم الرسالة.

5. التغذية العكسية: هي الاستجابة التي يرسلها المستقبل رداً على رسالة المرسل او

الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة وصول الرسالة اليه.

6. التشويش: وهو العملية التي تؤثر في كفاءة وإدراك المقصود والمدلول في الرسالة وقد تتعلق

هذه بالمرسل اليه وادراكه وشخصيته، أو بقناة الاتصال، أو المؤثرات البيئية ومتغيراتها

الأخرى. (2)

معوقات الاتصال الفعال للقائم بالعلاقات العامة:

بالرغم من وجود مهارات التواصل الفعال إلا ان هناك مجموعة من المعوقات التي تحول دون

ان يكون التواصل بين الافراد ايجابياً، وتحقيق الأهداف التي تمت من اجلها عملية التواصل وابر

هذه المعوقات ما يلي:

1 - سميرة المبروك البسكري، مرجع سابق، ص 289.

2 - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، الاردن، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 43، 44

- معوقات لغوية: والتي تتمثل في وجود حاجز بسبب .
 - معوقات ثقافية: حيث يكون هناك تباين واختلاف بين العاملين لنفس الموضوع أو الأمر ويرجع ذلك إلى اختلاف وتباين البيئات الثقافية، والمواقف الحياتية التي مروا بها.
 - معوقات صوتية: وتتمثل في وجود الضجيج في مكان التواصل مع الآخرين مما يزيد صعوبة التواصل معهم.
 - معوقات صحية: والتي تتمثل في وجود بعض الأمراض التي يعاني منها المتواصلون مع بعضهم البعض مثل ضعف السمع أو العمى. (1)
- كما توجد هناك معوقات أخرى للاتصال الفعال نذكر منها:
- أ- معوقات تتعلق بالهدف: حينما كون المرسل لا يستطيع تحديد الهدف الذي يجعله يقوم بإنشاء عملية للاتصال.
 - ب- معوقات متعلقة بالمرسل.
 - ج- معوقات متعلقة بالمستقبل وكذلك معوقات متعلقة بالرسالة والوسيلة، ومعوقات متعلقة ببيئة الاتصال. (2)

العلاقات العامة :

تعتبر العلاقات العامة من المفاهيم الحديثة نسبياً والتي أصبحت تحظى باهتمام المؤسسات الخدمية والإنتاجية، وتجد ان العلاقات العامة كانت تمارس على أساس من المهارة والخبرة بهدف التأثير في الرأي ومع التطورات الحديثة انتقلت العلاقات العامة من مجرد نشاط يقوم به افراد غير متخصصين إلى مهنة حديثة، ووظيفة إدارية متخصصة يمارسها مختصون.

لهذا يجب أن توفر العناية الخاصة عند تعيين موظف العلاقات العامة الذي يقع عليه مسئولية ترسيخ العلاقات العامة الإيجابية ف أذهان جماهير المؤسسة، واستخدام الاتصال الفعال لموظف العلاقات العامة يعتبر امراً ضرورياً سواء أكان تخصصه الأكاديمي في العلاقات العامة، ام في مجال آخر. (3)

1 - جعرون امنية، مرجع سابق، ص 32، ص33.

2 سميرة المبروك البسكري، مرجع سابق، ص 291 ، 292.

3 - محفوظ احمد جودة، العلاقات العامة (مفاهيم وممارسات)، ط1، عمان، زهران للنشر والتوزيع، 2006، ص70.

مفهوم العلاقات العامة:

لكل علم مفاهيمه ومصطلحاته الخاصة به والتي تسعى دائماً إلى بلورتها، وتوضيحها، وقد يختلف، المصطلح الواحد في أنظمة مختلفة.

العلاقات العامة: هي الفن القائم على أسس علمية لبحث انطباق طرق التعامل الناتجة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها، مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع. (1)

أهمية العلاقات العامة: الهدف الأسمى للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام أو التوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة والمخترعات العلمية، والمستحدثات الجديدة التي غيرت وجه النتائج وأهم هذه الأهداف ما يلي:

1. تغيير اتجاهات الأفراد إيجابياً نحو عمل المنظمة وإنشائها وهذا ينعكس على زيادة المبيعات المحتملة للمؤسسة.
2. بناء علاقة متينة وقوية مع وسائل النشر والإعلان المختلفة لكونها المصدر المهم في تفعيل الجانب الترويجي للعلاقات العامة. (2)
3. رسم صورة إيجابية في المؤسسة لدى المجتمع والأطراف الأخرى وبالانسجام مع فلسفة ورسالة المنظمة.
4. تعمل العلاقات العامة على اشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة، وذلك بتحسيسهم بالانتماء، والمساهمة في حل مشاكلهم ومحاولة توفير لهم الرضا الوظيفي. (3)
5. شرح دور المؤسسة في خدمة البيئة والمواطنين بصفة عامة.
6. استقطاب الكفاءات لبشرية المتميزة والمناسبة للعمل بالمؤسسة. (4)

وظائف العلاقات العامة:

أولاً البحث: ويهني القيام بالدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين كل من الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة.

1 - اس يونس، العلاقات العامة ودورها في النهوض بالمؤسسات، مجلة الرائد العربي، مرجع سابق، ص 25، ص 26.

2 - تامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، ط1، الأردن، دار العاشر للنشر والتوزيع، ص 206، ص 286.

3 - سامية لعجال، سليمة بوزيد (العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة)، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 2،3، جامعة بسكرة، جاتفي، راجون، 2008، ص7.

4 - عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة، ط1، مصر، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2001، ص330.

ثانياً التخطيط: ويقصد به الأسلوب العلمي المنظم لرسم خطة العلاقات العامة بالمنظمة في إطار الخطة العامة للدولة، ويتطلب ذلك تصميم البرامج الإعلامية المناسبة من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات والمسئوليات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً. (1)

ثالثاً التنسيق: ويتمثل في الاتصال مع المسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج وتزويدهم بالمعلومات مما يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها و سياستها العامة. (2)

رابعاً الإدارة: تعد العلاقات العامة إحدى الوظائف الإدارية في المؤسسة الحديثة يصعب الاستغناء عنها، وتعتمد العلاقات العامة كوظيفة إدارية على تجميع وتحليل الآراء عن الجماهير الداخلية والخارجية التي تتعامل مع المؤسسة. (3)

خامساً الاتصال: تعد وظيفة الاتصال من أهم الوظائف التي يقوم بها إدارة العلاقات العامة، لظنها الوظيفة التي تكشف عن قدرة هذه الإدارة في الوصول إلى الجمهور المستهدف، والتأثير فيه بما يحقق أهداف العلاقات العامة. (4)

خصائص العلاقات العامة:

بما أن العلاقات العامة نشاط اتصالي شامل ومهم يتعامل مع فئات مختلفة من الجمهور، وهي تتميز بمجموعة من الخصائص أهمها:

1. تتسم العلاقات العامة بنشاطها الاتصالي التأثيري الصاعد والهابط بهدف تحقيق التوافق والتكيف والتعاون.
2. يمكن وصف العلاقات العامة بأنها فن التعامل مع الجمهور لكسب ثقتهم وتأييدهم.
3. إن العلاقات العامة تمثل وظيفة إدارية حيث أن مهمتها الأساسية التنسيق بين أقسام التنظيم المختلفة. (5)

مواصفات تزيد من كفاءة العاملين في العلاقات العامة:

لا بد من توافر مجموعة من المواصفات والشروط للعاملين بالعلاقات العامة والتي تضمن لهم نجاحاً وفعالية أكثر في أعمالهم وهي:

- 1 - عمر عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية (أسس ومبادئ)، ط3، المكتب العلمي للكمبيوتر النشر والتوزيع، الإسكندرية، ص51، ص52، (د.س).
- 2 - عبيدة صبطي، مسعود كلثوم، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط2010، ص104.
- 3 - عمر عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية (أسس ومبادئ)، مرجع سابق، ص52.
- 4 - إبراهيم وهي فهد، كنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها (مدخل وظيفي)، ط1، عمان، مؤسسة الوراق، 1999، ص319.
- 5 - شروان علي شبيبة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار العرفة الجامعية، 2005، ص45، ص46.

1. شخصية متكاملة لديها القدرة على التعامل مع الآخرين، واثم إقناعهم والتأثير فيهم.
2. حب الاستطلاع والرغبة في تتبع ما يجري من أحداث بذكاء.
3. دراسته لكل ما يتعلق بالأنظمة والتعليمات، ما يخص السلعة التي يتعامل بها، وطرق استعمالاتها وخصائصها.¹
4. المظهر الخارجي والقوام والأناقة، إضافة الى لباقة الحديث من اجل التأثير على الآخرين من خلال القدرات الثقافية والعلمية.
5. الموضوعية، اذ يجب ان يكون متجرداً بعيداً عن الذات، وعن التحيز، وأن يبحث عن الحقيقة، ويقوم بنقلها بأمانة سواء الى الادارة او الجمهور.
6. القدرة على الصبر والمثابرة لأن نتائج برامج العلاقات العامة لا يمكن ملاحظتها بسرعة.
7. القدرة على اكتشاف العقوبات والصعوبات التي تقف في طريق عمله.
8. تحليه بالصفات الحميدة، كالسمعة الطيبة، والأخلاق الحسنة.²

عرض وتحليل النتائج:

نتناول هنا عرض وتحليل نتائج استمارة الاستبيان التي تم عرضها على مديري الإدارات ورؤساء الأقسام وموظفي العلاقات العامة داخل إدارة مصرف الوحدة، والتي قامت الباحثة بتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وتطبيق الاختبار الإحصائي، حيث كان عدد التساؤلات في استمارة الاستبيان (10) تساؤلات تم تحليلها في (11) جداول، وقد احتوى كل جدول على التكرارات والنسبة المئوية.

جدول رقم (1) توزيع الموظفين حسب النوع

النسبة	التكرار	النوع
55.9%	38	ذكر
44.1%	30	أنثى
100.0%	68	المجموع

1 - محمد سالم مرسل، العلاقات العامة والإعلام الأمني، ط1، مطبعة صندوق الرعاية الاجتماعية، 2006، ص 60.

2 - محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 200، ص 144.

توضح البيانات الواردة بالجدول رقم (1) ان نسبة الذكور داخل إدارة مصرف الوحدة بلغت (55.9%) في حين بلغت نسبة الإناث (44.1%) وهذا يوضح ان نسبة الذكور العاملين داخل الإدارة اعلى من الإناث.

جدول رقم (2) توزيع الموظفين حسب الفئة العمرية

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
25.0%	17	اقل من 35
13.2%	9	من 35-39
13.2%	9	من 40-44
17.6%	12	من 45-49
30.9%	21	من 50 فما فوق
100.0%	68	المجموع

من خلال الجدول رقم (2) يتضح أن النسبة الأكبر من الموظفين العاملين بإدارة مصرف الوحدة هم من الفئة العمرية (من 50 عاماً فما فوق) حيث بلغت نسبتهم (30.9%)، وتليها بنسبة (25.0%)، الفئة العمرية (أقل من 35 عاماً)، تأتي بعدها الفئة العمرية (من 45-49 عاماً) بنسبة (17.6%)، وتساوت الفئة العمرية (من 35-39 عاماً) والفئة العمرية (من 40-44 عاماً) وبنسبة (13.2%) لكل فئة عمرية، وهذا يشير على اعتماد إدارة مصرف الوحدة على الكوادر الشابة التي لديها القدرة على الاتصال الفعال بكفاءة عالية.

جدول رقم (3) توزيع الموظفين حسب المستويات التعليمية

النسبة	التكرار	المستوى العلمي
8.8%	6	ثانوي او ما يعادله
82.4%	56	جامعي او ما يعادله
8.8%	6	فوق الجامعي
100.0%	68	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (3) أن أغلب الموظفين العاملين بإدارة مصرف الوحدة هم ممن لديهم مستوى (جامعي أو ما يعادله) وكانت نسبتهم (82.4%)، في حين تساوى الموظفين ممن يحملون

مستوى تعليمي (فوق الجامعي) مع الموظفين الذين لديهم مستوى تعليمي (ثانوي او ما يعادله) وبنسبة (8.8%) لكل مستوى، وهذا يدل على اهتمام إدارة مصرف الوحدة بالتخصص العلمي الذي يساهم في الاتصال الفعال ويزود العاملين بالمهارات والخبرات اللازمة في عملهم.

جدول رقم (4) توزيع الموظفين حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة
موظف	31	45.6%
مساعد رئيس قسم	7	10.3%
رئيس قسم	18	26.5%
مساعد مدير ادارة	5	7.4%
مدير إدارة	2	2.9%
مستشار قانوني	5	7.4%
المجموع	68	100.0%

وفقاً للبيانات الواردة في الجدول رقم (4) يتضح ان الموظفين هم الغالبية من العاملين بالإدارة بنسبة (45.6%)، يليهم رؤساء الأقسام وبنسبة (26.5%)، يليهم مساعدي رؤساء الأقسام وبنسبة (10.3%)، كما بلغت نسبة مساعدي مدراء الإدارات (7.4%) بالتساوي مع نسبة المستشارين القانونيين بالإدارة، وجاء اخيراً مديري الإدارات بعدد (2) وبنسبة (2.9%).

جدول رقم (5) معنى الاتصال الفعال لدى الموظفين

معنى الاتصال الفعال	التكرار	النسبة
الاتصال العقلي والقدرة على الفهم وحسن التعبير والتأثير على الاخرين	37	19.7%
التواصل الدائم مع الجمهور	32	17.0%
المرونة والقدرة على التصرف وسرعة البديهة والفتنة	22	11.7%
المعرفة الكافية لمختلف وسائل الإعلام والخبرة الواسعة في ممارستها	22	11.7%
تحقيق الرضا الوظيفي وتحقيق الذات ورفع مستوى الطموح	24	12.8%
ترسيخ مبدأ الإدارة	20	10.6%

16.5%	31	زيادة المعلومات وتنمية المهارات المهنية للعاملين
100.0%	188	المجموع

من خلال الجدول رقم (5) يتضح لنا أن النسبة الأعلى من الإجابات لموظفي إدارة مصرف الوحدة وهي (19.7%)، بينت أن الاتصال الفعال يمثل في الاتصال العقلي والقدرة على الفهم وحسن التعبير والتأثير على الآخرين ، وجاءت نسبة الذين يرون أن الاتصال الفعال يتمثل في التواصل الدائم مع الجمهور (17.0%) وهذا يدل على فهم لعملية الاتصال ولشروط الاتصال الفعال، أما من يرون بأن الاتصال الفعال هو زيادة المعلومات وتنمية المهارات المهنية للعاملين بلغت نسبتهم (16.5%)، وجاءت الإجابات بنسبة (12.8%) بأن الاتصال الفعال يتمثل في تحقيق الرضا الوظيفي وتحقيق الذات ورفع مستوى الطموح ، وكانت إجابات الموظفين بنسب متساوية بلغت (11.7%) لمن يرون أن الاتصال الفعال يكمن في المرونة والقدرة على التصرف وسرعة البديهة والفتنة والمعرفة الكافية لمختلف وسائل الإعلام والخبرة الواسعة في ممارستها ، وكانت نسبة (10.6%) من اجابات موظفي إدارة مصرف الوحدة ممن يرون أن الاتصال الفعال يتمثل في ترسيخ مبدأ الإدارة .

ويتضح من بيانات هذا الجدول بأن الاتصال الفعال داخل إدارة مصرف الوحدة مبني على أسس علمية سليمة تهتم بقواعد وشروط الاتصال الفعال الذي لديه القدرة على تطوير أداء العاملين وإكسابهم مهارات جديدة بما يعود بالمنفعة على أدائهم المهني.

جدول رقم (6) شروط للاتصال الفعال

النسبة	التكرار	هل ترى شروطا للاتصال الفعال
89.7%	61	نعم
10.3%	7	لا
100.0%	68	المجموع

توضح نتائج الجدول رقم (6) ان نسبة (89.7%) لمن اجابوا بـ(نعم) بأن للاتصال الفعال شروطاً أما من اجابوا بـ (لا) كانت نسبتهم (10.3%) ودلت إجابتهم على عدم وجود شروط للاتصال الفعال، ونستنتج من بيانات هذ الجدول أن النسبة الأعلى ممن إجابات المبحوثين داخل

إدارة مصرف الوحدة أكدوا على وجود شروط للاتصال الفعال وهذا يدل على ان الاتصال الفعال داخل ادره مصرف الوحدة يخضع لمعايير واسس علمية.

جدول رقم (7) شروط الاتصال الفعال

النسبة	التكرار	شروط الاتصال الفعال
16.2%	31	اختيار الوقت والمكان المناسب
13.1%	25	الابتعاد عن مصدر التشويش أو الضوضاء
18.8%	36	الإيجاز والوضوح والابتعاد عن العبارات الغامضة التي نحمل أكثر من معنى
17.8%	34	التحدث بواقعية وتقديم الأدلة والحجج والبراهين
19.4%	37	التحدث بود ولطف لشد انتباه الملقى وجعل الحديث ممتعاً وسلساً
14.7%	28	التحضير الجيد قبل التواصل بتنظيم الأفكار ومعرفة الأسلوب المناسب للطرح
100.0%	191	المجموع

من نتائج الجدول رقم (7) أن للاتصال الفعال شروطاً حيث كانت إجابات موظفي إدارة مصرف الوحدة بنسبة (19.4%) وهي النسبة الأعلى للإجابات يرون أن (التحدث بود ولطف لشد انتباه الملقى وجعل الحديث ممتعاً وسلساً) من شروط الاتصال الفعال، وبلغت نسبة من يرون أن من ضمن شروط الاتصال الفعال هو (الإيجاز والوضوح والابتعاد عن العبارات الغامضة التي نحمل أكثر من معنى) (18.8%) ، وكانت نسبة (17.8%) من إجابات المبحوثين تدل أن (التحدث بواقعية وتقديم الأدلة والحجج والبراهين) من شروط الاتصال الفعال ، ودلت إجابات المبحوثين بنسبة (16.2%) أن من ضمن الشروط اللازمة للاتصال الفعال (اختيار الوقت والمكان المناسب) ، بينما دلت نسبة (14.7%) على أنه من بين شروط الاتصال الفعال (التحضير الجيد قبل التواصل وذلك بتنظيم الأفكار ومعرفة الأسلوب المناسب للطرح) ، ودلت النسبة الأدنى من إجابات المبحوثين داخل إدارة مصرف الوحدة تمثل (الابتعاد عن مصدر التشويش أو الضوضاء) حيث بلغت النسبة (13.1%).

جدول رقم (8) الاتصال الفعال وعلاقته بتنمية المهارات المهنية للعاملين

النسبة	التكرار	الاتصال الفعال وعلاقته بتنمية المهارات المهنية للعاملين
61.8%	42	نعم
22.1%	15	إلى حد ما
16.2%	11	لا
100.0%	68	المجموع

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (8) بأن (61.8%) من إجابات الباحثين في إدارة مصرف الوحدة تشير إلى ان للاتصال الفعال دور مهم في تنمية المهارات المهنية للعاملين، بينما كانت الإجابات التي تشير ان للاتصال الفعال دور محدود في تنمية المهارات المهنية للعاملين بنسبة (22.1%)، وكانت النسبة الأدنى من إجابات الباحثين وبلغت (16.2%) لمن يرون أنه لا توجد علاقة بين الاتصال الفعال وتنمية المهارات المهنية للعاملين.

جدول رقم (9) العوامل المؤثرة في تحسين الأداء

النسبة	التكرار	العوامل المؤثرة في تحسين الأداء
14.1%	21	الاختصاص
26.8%	40	التدريب
0.7%	1	التواصل الفعال عن التغييرات
26.2%	39	الحوافز
24.8%	37	الخبرة
1.3%	2	الدفع بالموظف من خلال إتاحة فرص العمل
1.3%	2	العمل بروح الفريق
1.3%	2	بيئة العمل المناسبة
1.3%	2	توفير بيئة العمل المناسبة والمساواة في التعامل
2.0%	3	ورش عمل
100.0%	149	المجموع

من خلال إجابات المبحوثين في إدارة مصرف الوحدة والواردة في الجدول رقم (9) تبين ان التدريب يعتبر من اهم العوامل المؤثرة في تحسين أداء الموظفين بنسبة (26.8%)، وجاءت الحوافز ثانياً من حيث أهميتها في تحسين الأداء بنسبة (26.2%) ، تلتها الخبرة ثالثاً بنسبة (24.8%) من إجابات المبحوثين ، وكان عامل الاختصاص رابعاً بنسبة (14.1%) ، ومن بعدها جاءت ورش العمل خامساً بنسبة بعيدة عما سبق وبلغت (2.0%) ، وكانت النسبة الأدنى وهي (1.3%) متساوية بين العوامل (الدفع بالموظف من خلال إتاحة فرص العمل - العمل بروح الفريق - بيئة العمل المناسبة - توفير بيئة العمل المناسبة والمساواة في التعامل) .

جدول رقم 10 علاقة الاتصال الفعال بتحسين الأداء

م	توجد		توجد		توجد		البدائل
	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
68	7.4%	5	16.2%	11	76.5%	52	فهم أكثر لطبيعة العمل
68	10.3%	7	35.3%	24	54.4%	37	التواصل الجيد مع الزملاء
68	11.8%	8	47.1%	32	41.2%	28	بناء علاقات تفيد المؤسسة
68	27.9%	19	23.5%	16	48.5%	33	كسب الجهد والوقت في العمل

تبين نتائج الجدول رقم (10) بأن إجابات موظفي مصرف الوحدة أشارت أن البديل فهم أكثر لطبيعة العمل اشارت ان النسبة الأعلى ممن اجابوا تؤكد الى وجود علاقة له بالاتصال الفعال بنسبة (76.5%) ونسبة (16.2%) يرون أنه توجد علاقة الى حد ما، ومن لا يرون أنه لا توجد علاقة بينهما بنسبة (7.4%). وبينت الإجابات أن البديل التواصل الجيد مع الزملاء يساهم في تحسين الأداء بنسبة (54.4%)، وأنه يساهم إلى حد ما بنسبة (35.3%)، في حين اشارت نسبة (10.3%) انه لا يساهم في تحسين الأداء. كما توضح الإجابات بأن البديل بناء علاقات تفيد المؤسسة له علاقة الى حد ما مع الاتصال الفعال بنسبة (74.4%)، وأن له علاقة جيدة بنسبة (41.2%)، وأن ليس له علاقة بنسبة (11.8%).

ودلت الإجابات على أن البديل كسب الجهد والوقت في العمل على وجود علاقة بالاتصال الفعال بنسبة (48.5%) وأنه لا توجد علاقة بينهم بنسبة (27.9%)، وأنه توجد على حد ما بنسبة (23.5%)؟

جدول رقم 11 ما العقبات التي تواجه الاتصال الفعال في تحقيق تحسين الأداء؟

المعوق	عدد الاجابات	%
معوقات ثقافية: نتيجة لوجود خلفيات ثقافية متنوعة	39	25.7%
معوقات لغوية: وتتمثل في وجود خلل في استخدام اللغة بسبب الاخطاء النحوية واللغوية	37	24.3%
معوقات صوتية: وجود ضجيج في مكان التواصل مع الآخرين مما يزيد صعوبة التواصل معهم	36	23.7%
معوقات صحية: وجود بعض الأمراض التي يعاني منها المتواصلون ضعف السمع أو العمى	30	19.7%
عدم التوافق العلمي بين الموظفين	3	2.0%
التفكير المختلف في اداء الاعمال	2	1.3%
عدم كفاءة الهيكل التنظيمي من حيث المستويات التي تمر بها عملية الاتصال	2	1.3%
عدم وضوح الاختصاصات والصلاحيات والمستويات	2	1.3%
قلة الخبرة وقلة الدورات التدريبية	1	0.7%
المجموع	152	100.0%

النتائج بالجدول رقم (11) توضح أن العقبات الثقافية من أكثر العقبات التي تعرقل العاملين عن الاتصال الفعال وهذا يدل على وجود خلفيات ثقافية، كذلك وضحت البيانات بالجدول وجود معوقات صحية تعوق الاتصال الفعال مثل ضعف السمع، وهذا مؤشر على وجود عقبات تواجه الاتصال الفعال لتحقيق تحسين الأداء بين العاملين داخل إدارة مصرف الوحدة.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج :

1. توضح نتائج الدراسة أن نسبة الذكور داخل إدارة مصرف الوحدة بلغت (55.9%) في حين بلغت نسبة الإناث (44.1%) وهذا يوضح أن نسبة الذكور داخل إدارة المصرف أعلى من الإناث.
2. يمثل الحاصلون على الشهادة الثانوية أو ما يعادلها نسبة (8.8%) وجاءت نسبة (82.4%) للمتحصّلين على الشهادة الجامعية أو ما يعادلها، ونسبة (8.8%) للمتحصّلين على التعليم فوق الجامعي وهذا يدل على اهتمام إدارة مصرف الوحدة بالتخصص العلمي الذي يساهم ويزيد كفاءة الاتصال الفعال ويزود العاملين بالخبرات والمهارات المهنية في أداء عملهم.
3. تبين إجابات الباحثين بأن لديهم معرفة بمعنى الاتصال الفعال حيث جاءت إجاباتهم بنسبة (19.7%) بأن الاتصال الفعال هو القدرة على الفهم وحسن التعبير والتأثير، ونسبة (17.0%) بأنه التواصل الدائم مع الجمهور، وبيّنت إجاباتهم بنسبة (11.7%) بأنه المعرفة الكافية لمخالف وسائل الإعلام والخبرة الواسعة ممارستها ودلت نسبة (12.8%) بأن الاتصال الفعال يحقق الرضا الوظيفي ويرفع مستوى الطموح، وجاءت نسبة (10.6%) لترسيخ مبدأ الإدارة وأكدت إجابات الباحثين في إدارة مصرف الوحدة بأنه الاتصال الفعال له القدرة على زيادة المعلومات وتنمية المهارات المهنية للعاملين بنسبة (16.5%).
4. دلت إجابات الباحثين بنسبة (89.7%) بأنه للاتصال الفعال شروط من أجابوا بنعم بينما بينت إجابات الموظفين الذين أجابوا بلا نسبة (10.3%) وهذه النسبة قليلة مقارنة بمن أجابوا بنعم وهذا يوضح وعي الموظفين بمفهوم الاتصال الفعال وأن لديه شروطاً.
5. توضح نتائج الدراسة بأن العقبات الثقافية من أكثر العقبات التي تعرقل العاملين عن الاتصال الفعال بنسبة (25.7%) وهذا يدل على وجود خلفيات ثقافية ، كما بينت النتائج ان وجود عقبات لغوية بنسبة (24.0%) وكانت نسبة (23.7%) من وجود معوقات صوتية في مكان التواصل مع العاملين ودلت نسبة (19.7%) لوجود معوقات صحية مثل ضعف السمع أو العمى ، وجاءت نسبة الإجابات متساوية بنسبة (1.3%) لكل من التفكير المختلف في الأعمال ونسبة عدم كفاءة الهيكل التنظيمي من حيث المستويات التي تمر بها عملية الاتصال وكذلك عدم وضوح الاختصاصات والصلاحيات والمستويات ، ونسبة (0.7%) قلة الخبرة وقلة الدورات التدريبية

ثانياً: التوصيات:

من خلال النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال الدراسة توصي بما يلي:

1. الاهتمام بالاتصال الفعال لما له من أهمية كبيرة في تبادل الخبرات والافكار ويساهم في تحسين الأداء المهني للعاملين في العلاقات العامة، وكذلك معرفة الوسائل الاتصالية المستخدمة في الاتصال الفعال.
2. اجراء الدراسات البحثية التي من شأنها تحديد المعوقات التي تواجه الاتصال الفعال داخل إدارة مصرف الوحدة.
3. ضرورة توفير ميزانية مخصصة للعلاقات العامة لكي تتمكن من انجاز الدورات التدريبية في مجال الاتصال الفعال.
4. يجب الا تقتصر الدورات التدريبية على مديري الإدارات ورؤساء الأقسام فقط بل تشمل جميع موظفي العلاقات العامة داخل إدارة مصرف الوحدة.

المراجع:

الكتب:

1. إبراهيم عبد العزيز الدعجياج، الاتصال والوسائل والتقنيات التعليمية، ط1، دار صفاء للنشر، الأردن 2011.
2. إبراهيم وهبي فهد، كنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها (مدخل وظيفي)، ط1، عمان، مؤسسة الوراق، 1999.
3. انس يونس، العلاقات العامة ودورها في النهوض بالمؤسسات، مجلة الرائد العربي، الإسكندرية، مجلة فصلية، العدد 96، ربيع 2008، ص25.
4. تامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، ط1، الأردن، دار العامر للنشر والتوزيع.
5. ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوياسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، الاردن، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
6. شحاتة سليمان محمد، مناهج البحث بن النظرية والتطبيق، ط1، مركز الإسكندرية للكتاب، ط 2005.
7. عبد الحميد النعيمي، وسائل جمع البيانات والمعلومات في الدراسات الاجتماعية، مجلة الدراسات العليا، دمشق، اكااديمية الدراسات العليا والبحوث الاقتصادية، العدد السابع، ربيع 1428و.ر.
8. عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة، ط1، مصر، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2001.
9. عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، كتابة البحث العلمي (مفهومه وإجراءاته ومناهجه)، ط1، بنغازي ليبيا، منشورات جامعة قاريونس، 1994.

10. عبيدة صبطي، مسعود كلثوم، مدخل الى العلاقات العامة، ط1، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط104، 2010.
11. علي احسان شوكت، فوزي نوري عبد الخالق فايق، البحث العلمي اساليبه ادواته، ط1، القاهرة، دار المناهج، للنشر والتوزيع، 2004.
12. علي عبد المعطي، محمد السرياني، أساليب البحث العلمي، ط1، مكتبة الفلاح، 1977.
13. عمر عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية (أسس ومبادئ)، ط3، المكتب العلمي للكمبيوتر النشر والتوزيع، الإسكندرية، (د.س).
14. محفوظ احمد جودة، العلاقات العامة (مفاهيم وممارسات)، ط1، عمان، زهران للنشر والتوزيع، 2006.
15. محمد سيد فهمي، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، الناشر دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2006.
16. محمد سالم مرسال، العلاقات العامة والإعلام الأمني، ط1، مطبعة صندوق الرعاية الاجتماعية، 2006.
17. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط3، القاهرة، نشر وتوزيع عالم الكتب، 2004.
18. محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 200.
19. محمود صديق عبد الواحد، مهارات الاتصال (النظرية والتطبيق)، ط1، 2015، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
20. مدحت أبو النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي، ط1، مجموعة النيل العربية، 2004.
21. مروان عبد الحميد إبراهيم، الأسس العلمية والطرق الإحصائية للاختبارات والقياس في التربية الرياضية، ط1، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر، 1999.
22. مصطفى محمد ابوبكر، عبد الله عبد الرحمن الدويري، الاتصال الفعال مدخل إستراتيجي سلوكي لجودة العلاقات العامة في الحياة والأعمال، الناشر الدار الجامعية، الإسكندرية، ط 2013.
23. مصطفى محمود، ابوبكر عبد الله بن عبد الرحمن الدويري، الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلوكي بحوث في الحياة والأعمال، ط1، 2013، الدار الجامعية، الإسكندرية.
24. نعيم إبراهيم الطاهر، الادارة الإستراتيجية لمفهوم الأهمية، التحريات ط1، صدار الكاتب العالمي - نشر وتوزيع، 2009 - ص 179.

رسائل الماجستير والدكتوراه :

1. ابوبكر المبروك الغزالي، العلاقات العامة في المجال الصناعي دراسة ميدانية على شركات الإسمنت الليبية والأنابيب والأسلاك في مدينة بنغازي، 1996، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قارونس، كلية الآداب، قسم الإعلام.
2. جعرون امنية، اثر مهارات الاتصال عل فاعلية العلاقات العامة (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بوزقلة)، رسالة ماجستير.

3. سميرة زيناد، اسيا باريس، دور العلاقات العامة في تفعيل الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية مدرسة الحماية المدنية – أم البواقي، 2016، (تم الاطلاع عليها ضمن دراسة صبرنا رماش، 2009).
4. سيد نبيلة (دراسة من 2017)، الذكاء الاجتماعي وعلاقته بمهارات الاتصال لدى مدرة ومربيات المدارس الابتدائية، مجلة لإرشاد النفسي.
5. محمد وسمي الشمري، دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) ف تحقيق الرضا الوظيفي، رسالة ماجستير كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2012-2013.

المجلات والدوريات:

1. سامية لعجال، سليمة بوزيد (العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة)، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 3، 2، جامعة بسكرة، جانفي، راجون، 2008.
2. - سميرة المبروك البسكري، مهارات الاتصال الفعال في المؤسسات التعليمية، لعدد السادس، نوفمبر 2019، مجلة القرطاس.

المواقع الإلكترونية:

احمد حسين، المفاهيم الأساسية لتحسين وتطوير الأداء البشري، human-Center.com/ar/news/.

المقابلات الشخصية:

هاني الفيتوري، موظف بإدارة الموارد البشرية، مقابلة يوم الثلاثاء، الساعة 10 صباحاً.