

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي ٢

عنوان المشروع
القيادة الاتصالية وأثرها على فعالية الإعلام المؤسسي
تجربة عبر منظومة صحية نموذجاً

أسم الطالب
وائل محمد بحيص طمحي

المشروع النهائي- ٢
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الشكر والتقدير

في محطات الرحلة العلمية ، لا يُكتب للنجاح أن يكتمل إلا بوجود من يؤمن بك ، ويساندك، ويقاسمك التحديات قبل الإنجازات.

ولذلك .. فإنني أتوجه بخالص الشكر وعظيم الامتنان لأخي الغالي وزميلي العزيز الأستاذ يحيى دغيري، الذي كان لي بعد الله خير سند، وأصدق معين ، وقدم لي من وقته وجهده ودعمه ما لا يُحصى ، فكان حاضراً دائماً في كل لحظة احتجت فيها لرفيق طريق ، يُشعل في داخلي الإصرار، ويزرع في أيامي الطمأنينة ، فله من القلب كل الدعاء، ومن الحروف كل الامتنان.

كما أخص بالشكر والتقدير أخي الغالي علي معافا، الذي رافقني في رحلتي الأكاديمية كظلي، وكان نقطة الضوء في لحظات التحدي، يدفعني بكلماته، ويشدّ أزرعي بمحبته، فلا كلمات تفية حقّه، ولا سطور تحتوي أثره.

وختاماً...أتوجه بالشكر من أعماق القلب لكل من كان جزءاً من هذه الرحلة أهلي الذين دعوني بدعوات صادقة لم تغب ،أصدقائي الذين كانوا لي خير معين، زملائي وزميلاتي الذين أضافوا لحضوري نكهة التعاون والدعم، وكل من وضع بصمته في طريقي ولو بكلمة، أو تشجيع، أو ابتسامة.

إلى كل هؤلاء...أقول: أنتم الخير الذي أنبتته هذه الرحلة، وأنتم الأثر الذي يبقى حين يمضي التعب.

الإهداء

إلى من كانت لي بعد الله نعم العون والسند...
إلى من لم تكن يوماً بعيدة عن همومي، ولا غائبة عن أحلامي...
إلى من عاشت تفاصيل هذه الرحلة بكل ما فيها من تحديات وسهر وجهد،
فكانت الحاضرة دائماً بصبرها، والمُلهمة دوماً بكلماتها، والمُساندة بصمتها واحتوائها...
إلى زوجتي الغالية،
التي كانت تزرع الأمل في قلبي كلما تعثرت خطواتي،
وتشعل بداخلي وهج العزيمة كلما خفت وهجه،
أُهديك هذا العمل، لأنه جزء منك، وامتدادٌ لتضحياتك، وصورة من صبرك الجميل.
لقد كنتِ أكثر من شريكة حياة...
كنتِ رفيقة الدرب، وبطلة التفاصيل، وصوت الطمأنينة حين تداخلت الضغوط.
لكِ وحدكِ، أرفع هذا الإهداء،
فهو لا يكافئ عطاؤك، لكنه يروي قليلاً من كثير امتنانٍ يسكنني لكِ.

مستخلص الدراسة

• الهدف :

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر أنماط القيادة الاتصالية على فعالية الإعلام المؤسسي داخل المنظومات الصحية في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على القطاع الصحي كحالة تطبيقية. وتأتي أهمية هذا البحث من الحاجة المتزايدة لفهم الدور القيادي في تعزيز الأداء الاتصالي، وبناء الثقة المؤسسية، خاصة في الأزمات الصحية .

• المنهجية :

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من موظفي إدارات التواصل المؤسسي في خمس مستشفيات تابعة لفرع وزارة الصحة في منطقة جازان. تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة مثل معامل الارتباط والانحدار المتعدد لاختبار الفرضيات.

• النتائج :

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة الاتصالية وفعالية الإعلام المؤسسي. كما تبين أن القيادة التحويلية تسهم بشكل كبير في تحسين استجابة الجمهور، وتعزيز أداء الفرق الإعلامية في الأزمات.

• التطبيقات والأهمية :

توفر هذه الدراسة إطارًا عمليًا يمكن تطبيقه لتطوير مهارات القيادة الاتصالية لدى مديري الإعلام، مما ينعكس إيجابًا على تحسين الأداء المؤسسي، وتعزيز التفاعل المجتمعي، والحد من آثار الأزمات الإعلامية. كما تمثل إضافة نوعية للأدبيات العربية في مجال القيادة والاتصال المؤسسي في القطاع الصحي .

• الكلمات المفتاحية :

القيادة الاتصالية، الإعلام المؤسسي، القيادة التحويلية، القطاع الصحي، إدارة الأزمات، الاتصال الاستراتيجي.

جدول المحتويات

٢	الشكر والتقدير
٣	الإهداء
٤	مستخلص الدراسة
٧	١. الفصل الأول : الإطار العام
٨	١,١ المقدمة :
٩	١,٢ مشكلة الدراسة
٩	١,٢,١ فجوات على المستوى النظري
٩	١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي
٩	١,٣ أهمية الدراسة
٩	١,٣,١ على المستوى النظري
٩	١,٣,٢ على المستوى التطبيقي
١٠	١,٤ أسئلة الدراسة
١٠	١,٥ اهداف الدراسة
١٠	١,٦ فرضيات الدراسة
١٠	١,٧ نموذج الدراسة
١١	١,٨ الدراسة الميدانية
١١	١,٩ مخطط المشروع
١٢	٢. الفصل الثاني : الدراسة السابقة
١٣	٢,١ المقدمة
١٣	٢,٢ المتغير المستقل
١٣	٢,٣ المتغير التابع
١٤	٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
١٤	٢,٥ الخاتمة
١٥	٣. الفصل الثالث : منهجية الدراسة
١٦	٣,١ المقدمة
١٦	٣,٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
١٧	٣,٣ تصميم البحث
١٧	٣,٤ مجتمع البحث وطرق وتقنيات اخذ العينات
١٨	٣,٥ طرق جمع البيانات

١٨	٣,٦ أنواع البيانات
١٨	٣,٧ اجراء التحليل الإحصائي
١٩	٣,٨ الخاتمة
٢٠	٤. الفصل الرابع : التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
٢١	٤,١ المقدمة
٢١	٤,٢ توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
٢١	٤,٣ اختيار الصدق والثبات للإستبيانات
٢٢	٤,٤ الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
٢٢	٤,٥ اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
٢٢	٤,٦ الخاتمة
٢٣	٥. الفصل الخامس : حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
٢٤	٥,١ حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
٢٤	٥,٢ توصيات الدراسة
٢٤	٥,٣ الخاتمة
٢٥	قائمة المراجع
٢٦	الملاحق

جدول الأشكال

جدول الجداول

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ . المقدمة:

في ظل المتغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم على صعيد الاتصال والإعلام، برزت الحاجة إلى تطوير نماذج قيادية جديدة تتماشى مع متطلبات العصر الرقمي، وتعزز من فاعلية الرسائل المؤسسية وقدرتها على التأثير. لم يعد الاتصال المؤسسي مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أصبح أداة استراتيجية تمكّن المؤسسات من بناء الثقة مع المجتمع، وإدارة الأزمات، وصناعة السمعة. ومن هنا، تزايدت أهمية البحث في مفهوم القيادة الاتصالية، بوصفها ذلك النمط من القيادة الذي يجمع بين الرؤية، والمهارات الاتصالية، والقدرة على تحفيز فرق العمل نحو تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية.

تزداد أهمية هذا النوع من القيادة في القطاعات الخدمية الحساسة، وفي مقدمتها القطاع الصحي، الذي يتطلب تواصلًا يوميًا فعالًا مع المجتمع، واستجابة سريعة وشفافة في أوقات الأزمات الصحية. ورغم التوسع في استخدام تقنيات الاتصال وتعدد المنصات الرقمية، إلا أن كثيرًا من المؤسسات لا تزال تعاني من ضعف في الأداء الإعلامي، وانخفاض مستوى تفاعل الجمهور، ما يشير إلى وجود فجوة ليست في الوسائل بل في أسلوب القيادة الاتصالية نفسها.

تُعد هذه الدراسة استجابة علمية لفهم هذه الفجوة، وتسعى إلى تحليل العلاقة بين نمط القيادة الاتصالية وفعالية الإعلام المؤسسي، من خلال دراسة ميدانية تُطبّق على عدد من إدارات التواصل المؤسسي في القطاع الصحي بالمملكة العربية السعودية. ومن خلال التجربة المهنية الغنية في هذا المجال، تم رصد مؤشرات أولية تدعم وجود تأثير مباشر للقيادة الاتصالية على جودة الرسائل، وسرعة التفاعل، ومرونة فرق العمل الإعلامي في مواجهة الأزمات.

وتُبنى هذه الدراسة على أساس علمي ومنهجي، إذ تنطلق من مراجعة نقدية للدراسات السابقة، وتوظف أدوات كمية لجمع وتحليل البيانات، بهدف اختبار فرضيات تربط القيادة الاتصالية بمؤشرات أداء الإعلام المؤسسي. كما تسعى إلى تقديم نموذج تطبيقي يعزز من الكفاءة الاتصالية داخل المؤسسات الصحية، ويخدم صناع القرار في تصميم برامج تدريبية وتطويرية مستندة إلى نتائج واقعية.

ختامًا، فإن هذه الدراسة لا تهدف فقط إلى سد فجوة معرفية في مجال القيادة الاتصالية، بل تطمح إلى تقديم قيمة مضافة للمجتمع المهني والمؤسسي، من خلال مقارنة علمية تربط بين الفكر القيادي الحديث، وممارسات الاتصال المؤسسي، ضمن سياق وطني حيوي كقطاع الصحة في المملكة.

١,٢. مشكلة الدراسة

رغم التطورات الكبيرة في مجال الاتصال المؤسسي، والانتقال من الاتصال التقليدي إلى الاتصال الرقمي والتفاعلي، إلا أن فعالية هذا الاتصال لا تزال متفاوتة بين مؤسسة وأخرى. ويلاحظ أن بعض الجهات الحكومية، وعلى وجه الخصوص الصحية منها، تعاني من ضعف في فاعلية إعلامها المؤسسي، وغياب التفاعل الحقيقي مع الجمهور، وتحديات واضحة في إدارة الأزمات الاتصالية. ويبدو أن العوامل التقنية أو القنوات ليست هي المسبب الوحيد لهذا الضعف، بل يُحتمل أن يكون نمط القيادة الاتصالية هو المؤثر الأهم في نجاح أو فشل الإعلام المؤسسي

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

لا تزال الدراسات الأكاديمية العربية شحيحة فيما يخص مفهوم "القيادة الاتصالية"، خاصة في السياق المؤسسي الحكومي. كما أن العلاقة بين نمط القيادة الاتصالية وفاعلية الإعلام المؤسسي لم تُدرس بعمق كافٍ، لا من حيث المفاهيم ولا من حيث بناء نماذج قياس واضحة. وتغيب الأطر النظرية التي تدمج بين القيادة الاتصالية وأنماط القيادة الحديثة مثل التحويلية والخدمة من منظور تأثيرها الاتصالي داخل المؤسسات.

١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

رغم وجود ممارسات قيادية مختلفة في إدارات التواصل، إلا أن معظمها غير مبني على نموذج علمي واضح لقيادة الفرق الاتصالية. كما تغيب المعايير التي تقيّم مدى تأثير القيادة الاتصالية على مؤشرات الأداء الإعلامي. وهناك ندرة في الدراسات التي تقيس أداء الإعلام المؤسسي في ضوء نمط القيادة المتبع، خاصة في أوقات الأزمات، مما يعوق تقديم توصيات قابلة للتطبيق في بيئات العمل الواقعية.

السؤال الرئيسي : ما أثر أنماط القيادة الاتصالية على فعالية الإعلام المؤسسي في المنظومة الصحية ؟

١,٣. أهمية الدراسة

١,٣,١. على المستوى النظري:

تُعد هذه الدراسة إضافة نوعية للأدبيات العربية، كونها تسلط الضوء على مفهوم حديث لم يُتناول بعمق في البحوث السابقة، وهو القيادة الاتصالية. كما تساهم في تطوير نموذج علمي يربط بين القيادة ونواتج الاتصال المؤسسي، مما يمهد الطريق لدراسات مستقبلية أكثر دقة وتخصصًا في هذا المجال .

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

توفر الدراسة إطارًا عمليًا يمكن للمؤسسات – لا سيما في القطاع الصحي – الاستفادة منه في تقييم وتطوير أداء قادة إدارات التواصل والإعلام. كما تساعد نتائجها في تصميم برامج تدريبية تعزز من المهارات القيادية الاتصالية، وتزيد من فاعلية الرسائل الإعلامية، وتساهم في تحسين استجابة الجمهور والتعامل مع الأزمات بكفاءة أعلى.

١,٤ أسئلة الدراسة

١. ما الأنماط القيادية الاتصالية السائدة في إدارات التواصل المؤسسي بالمؤسسات الصحية؟
٢. ما العلاقة بين القيادة الاتصالية وفاعلية الإعلام المؤسسي؟
٣. كيف يؤثر نمط القيادة الاتصالية على مستوى تفاعل الجمهور مع الرسائل الإعلامية؟
٤. ما مدى مساهمة القيادة الاتصالية في تحسين إدارة الأزمات الإعلامية داخل المؤسسات الصحية؟
٥. هل توجد فروق في فاعلية الإعلام المؤسسي تعود إلى اختلاف نمط القيادة الاتصالية المستخدم؟

١,٥ أهداف الدراسة

١. التعرف على أنماط القيادة الاتصالية الأكثر شيوعاً في المؤسسات الصحية.
٢. قياس أثر القيادة الاتصالية على فاعلية الإعلام المؤسسي.
٣. تحليل العلاقة بين نمط القيادة الاتصالية ومؤشرات التفاعل المجتمعي.
٤. دراسة دور القيادة الاتصالية في إدارة الأزمات الإعلامية.
٥. تقديم نموذج تطبيقي يُسهم في تطوير أداء إدارات الاتصال المؤسسي في القطاع الصحي.

١,٦ فرضيات الدراسة

- ☒ H1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة الاتصالية وفاعلية الإعلام المؤسسي.
- ☒ H2 : القيادة التحويلية ترتبط إيجابياً بمستوى تفاعل الجمهور مع الرسائل المؤسسية.
- ☒ H3 : وجود قيادة اتصالية فاعلة يُحسن من قدرة المؤسسات الصحية على إدارة الأزمات الإعلامية.
- ☒ H4 : تختلف فاعلية الإعلام المؤسسي باختلاف نمط القيادة الاتصالية المستخدم.

١,٧ نموذج الدراسة

المتغير المستقل : القيادة الاتصالية (أنماط مثل : التحويلية – التبادلية – الخادمة)

المتغيرات التابعة :

١. فاعلية الإعلام المؤسسي
 ٢. تفاعل الجمهور
 ٣. إدارة الأزمات الإعلامية
- العلاقة المفترضة :** القيادة الاتصالية تؤثر إيجابياً على فاعلية الإعلام المؤسسي من خلال تحسين التفاعل المجتمعي والقدرة على إدارة الأزمات.

١,٨ . الدراسة الميدانية

تستند هذه الدراسة إلى منهج وصفي تحليلي يُعتمد فيه على جمع البيانات من عينة ميدانية مختارة من موظفي إدارات التواصل المؤسسي في القطاع الصحي. وقد تم تطبيق الدراسة ميدانيًا على خمس مستشفيات رئيسية تابعة لفرع وزارة الصحة بمنطقة جازان، تشمل: (مستشفى جازان ، مستشفى صيبا، مستشفى صامطة، مستشفى الأمير محمد بن ناصر، مستشفى بيش).

تم تصميم أداة الاستبانة خصيصًا لقياس ثلاثة محاور رئيسية: (نمط القيادة الإتصالية المعتمد داخل الجهة ، مستوى فاعلية الإعلام المؤسسي ، قدرة المؤسسة على إدارة الأزمات الإعلامية)

وقد تم توزيع الاستبانة على عينة مكونة من موظفين في إدارات الإعلام والعلاقات العامة والتواصل المؤسسي، بواقع (٥٠ مشاركًا)، وتم تحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لاختبار الفرضيات وقياس دلالات العلاقة بين المتغيرات.

١,٩ . مخطط المشروع

رقم الفصل	عنوان الفصل	المحتوى الرئيسي
١	الإطار العام للدراسة	المقدمة ، مشكلة الدراسة ، الأهمية ، الأسئلة ، الأهداف ، الفرضيات ، النموذج النظري ، منهجية الدراسة
٢	مراجعة الأدبيات	دراسات سابقة تناولت القيادة الإتصالية ، الإعلام المؤسسي ، العلاقة بين القيادة والتأثير الإعلامي
٣	الدراسة الميدانية	وصف العينة ، أداة البحث ، منهجية التحليل ، عرض البيانات ، تفسير النتائج
٤	النتائج والتوصيات	تحليل الفرضيات ، النتائج النهائية ، التوصيات العملية ، مقترحات لأبحاث مستقبلية
الملحق	الملحق	الاستبيان ، الجداول ، أدوات التحليل
المراجع	قائمة المراجع	كافة المصادر المستخدمة بتوثيق APA او حسب دليل الجامعة

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

قائمة المراجع:

- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). Improving organizational effectiveness through transformational leadership. Sage.
- Men, L. R. (2014). Strategic internal communication: Transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction. Management Communication Quarterly.
- Alnaqbi, W. (2019). The impact of leadership communication on employee engagement in the UAE public sector. Journal of Organizational Effectiveness.
- الموسى، أحمد. (٢٠٢٠). القيادة الاتصالية وأثرها في إدارة الأزمات الإعلامية في المؤسسات الحكومية. المجلة العربية للإعلام.
- الشمري، ناصر. (٢٠٢١). تقييم فاعلية الإعلام المؤسسي في الجهات الصحية. مجلة الاتصال والتنمية.

• ملحق : استبيانات لمتغيرات البحث :

القسم الأول: معلومات عامة

- الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

- العمر: ☐ أقل من ٣٠ ☐ ٣٠-٤٠ ☐ أكثر من ٤٠

- سنوات الخبرة في المجال: ☐ أقل من ٣ سنوات ☐ ٣-٥ سنوات ☐ أكثر من ٥ سنوات

القسم الثاني: القيادة الاتصالية

يرجى تحديد مدى موافقتك على العبارات التالية:

١. القائد في الإدارة يتمتع بمهارات تواصل فعالة.

٢. يتم إشراك الفريق في اتخاذ القرارات الاتصالية.

٣. يُحفّز القائد الفريق لتحقيق أهداف الاتصال المؤسسي.

القسم الثالث: فاعلية الإعلام المؤسسي

١. تصل الرسائل الإعلامية للجمهور بوضوح وسرعة.

٢. تستجيب الإدارة بسرعة للاستفسارات أو الأزمات الإعلامية.

٣. يُتابع الجمهور باستمرار محتوى المؤسسة الاتصالي.

مقياس: (١) لا أوافق بشدة - (٥) أوافق بشدة

• جدول أدوات البحث :

الهدف	الأداة	المتغير
قياس نمط القيادة ومستوى التفاعل القيادي	استبيان مكون من 10 فقرات	القيادة الاتصالية
قياس وضوح الرسائل وسرعة الاستجابة ومتابعة الجمهور	استبيان مكون من 8 فقرات	فاعلية الإعلام المؤسسي

٢,١ . المقدمة:

٢,٢ . المتغير المستقل

٢,٣ . المتغير التابع

٢,٤ . العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

٢,٥ . الخاتمة

٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

٣,١. المقدمة

٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

٣,٣. تصميم البحث (بصلة البحثي)

٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

٣,٥ . طريقة جمع البيانات

٣,٦ . أنواع البيانات

٣,٧ . إجراءات التحليل الإحصائي

٣,٨. الخاتمة

٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

٤,١ . المقدمة

٤,٢ . توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

٤,٣ . اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

٤,٤. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

٤,٥. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

٤,٦. الخاتمة

٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

٥,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

٥,٢. توصيات الدراسة:

٥,٣. الخاتمة:

قائمة المراجع

الملاحق