

دور الذكاء الانفعالي في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بالتطبيق علي الشركة المصرية للاتصالات

د / أشرف السيد عبد الباري السيد
مدرس إدارة الأعمال بالمعهد العالي للعلوم الإدارية – الجيزة
ملخص البحث

يتطلب التواصل مع الآخرين سواء لتحقيق أهداف المنظمة أو الأهداف الشخصية أن يتحلي الفرد بمجموعة من القدرات الوجدانية والتي تبرز في وعيه بمشاعره والتحكم في انفعالاته وأحاسيسه؛ وقدرته علي إدارة حياته المهنية بذكاء، ومراعاته لمشاعر الآخرين والتفاعل معهم، أي التمتع بمقومات الذكاء الانفعالي.

وسعي البحث إلي الكشف عن دور الذكاء الانفعالي في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بالتطبيق علي الشركة المصرية للاتصالات.

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تحديد وتأسيس المفاهيم النظرية الأساسية المرتبطة بموضوع البحث، بالإضافة إلي إجراء دراسة ميدانية علي عينة من العاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلي وجود اتجاهات إيجابية لدي عينة البحث وتوافر مقومات الذكاء الانفعالي والمتمثلة في: إدراك الانفعالات، واستخدام الانفعالات، وفهم وتحليل الانفعالات، وإدارة الانفعالات، وتوصلت الدراسة كذلك إلي توافر مقومات التواصل مع الآخر بالشركة والمتمثلة في: الحوار والتفاهم مع الآخر، والتسامح مع الآخر، وقبول الآخر، وقد تم التوصل إلي بعض التوصيات من أهمها:

- ضرورة أن تتضمن عملية تخطيط الاحتياجات التدريبية إعداد برامج تدريبية لتنمية القدرات الانفعالية للعاملين؛ مما يدعم مقومات التواصل المنشود مع الآخرين.
- ضرورة أن تعكس الممارسات الإدارية للشركة الشعور بالعدالة التنظيمية في التعامل والذي ينعكس إيجاباً علي سلوكياتهم تجاه التواصل مع الآخرين.

- التوعية ونشر مفاهيم الذكاء الانفعالي ومكوناته وإبراز أهميته في تحقيق التواصل الفعال مع الآخرين؛ وذلك من خلال الندوات الثقافية التوعوية، علي أن يتم الاستعانة فيها بخبراء في التنمية البشرية.

المحور الأول: الإطار العام للبحث

مقدمة:

يتضمن مفهوم الذكاء الانفعالي كلا من المهارات النفسية والاجتماعية الضرورية للنجاح؛ فلكي يؤدي الفرد وظائفه كاملة في المجتمع عليه أن يكون متوازناً وأن يتمتع بالذكاء الانفعالي، وأن يتيح لنفسه الفرصة لكي يفكر بإبداع ويستخدم عواطفه في حل المشكلات؛ فالذكاء الانفعالي يتشكل من عدة قدرات فرعية ومهارات نوعية تجعل الفرد متمكناً من التحكم والتعبير عن انفعالات، وإدراك انفعالات الآخرين، والتعاطف معها والحساسية تجاه مشاعر الآخرين والاهتمام بهم وتقهمهم ووضعهم في الاعتبار وتقدير الاختلاف بين الناس في التعبير عن مشاعرهم تجاه الأشياء، والتي بدورها تسهم في عمل التوازن بين المشاعر السلبية والإيجابية وتخفف الغضب وعواقبه الضارة بالفرد وبالآخرين.

ويختلف مصطلح الاتصال عن مصطلح التواصل، فالاتصال هو عملية يتم بواسطتها نقل رسائل معينة من المرسل إلى المستقبل، أو يُمكن تعريفه أيضاً بأنه انتقال المعلومات والاتجاهات والأفكار والعواطف من فرد لآخر أو جماعة لأخرى، أما التواصل فهو حالة من الفهم المتبادل بين شخصين أو نظامين، بحيث يكون الأول مرسلأ في وقت معين، والطرف الآخر مستقبلاً، وفي وقت آخر يتبادل الطرفان مواقعهما من حيث الإرسال والاستقبال، وبمعنى آخر فهو عملية تبادل للآراء والأفكار والقناعات والمعلومات والمشاعر من خلال وسائل مختلفة ومتنوعة سواءً كانت لفظية أم غير لفظية، مثل الكلام والكتابة والصوت والصور والإيماءات والحركات أو بوسائل رمزية مفهومة لها دلالات معينة لدى الأطراف المتواصلة.

ويسعي البحث إلي الكشف عن دور الذكاء الانفعالي في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بالتطبيق علي الشركة المصرية للاتصالات.

أولاً: المشكلة البحثية:

لا يتخيل أحد أن تسير الحياة بدون أن يكون هناك تواصل بين الناس وبعضهم البعض، فالتواصل مع الآخرين وتبادل المعارف والمعلومات بينهم هو سنة الحياة، ذلك بأن مخرجات كثيرٍ من الأعمال تأتي من خلال التواصل مع الآخر، فالتواصل بلا شك هو أساس استمرار حياة الإنسان، وكذلك الحال في المنظمات فلا يمكن للمنظمات تحقيق أهدافها إلا عن طريق التواصل وسلوك أفضل السبل والوسائل لنقل وتدقيق المعلومات والمعاني والأحاسيس والآراء إلى أعضاء التنظيم والتأثير في أفكارهم وإقناعهم بفهم واضح ومشارك للأهداف التي تسعى المنظمات إلي تحقيقها. ويتطلب التواصل مع الآخرين سواء لتحقيق أهداف المنظمة أو الأهداف الشخصية أن يتحلي الفرد بمجموعة من القدرات الوجدانية والتي تبرز في قدرته علي وعيه بمشاعره والتحكم في انفعالاته وأحاسيسه؛ أي في قدرته علي إدارة حياته المهنية بذكاء، ومراعاته لمشاعر الآخرين والتفاعل معهم، أي التمتع بمقومات الذكاء الانفعالي.

ولا يخفي علي أحد أن نظرية المؤامرة والتشكيك في الآخرين وآرائهم وتوجهاتهم واحدة من القضايا المهمة التي نعيشها سواء علي المستوي الاجتماعي أو التنظيمي، والتي نجد تجلياتها بصورة واضحة في عدة أمور منها ما نعيشه من جفاء لبعضنا البعض علي الصعيد الفكري والثقافي والأيدولوجي، وحالة اللاتقنة في التعامل مع الآخر ومواقفه، ومحاولة إقصاء الآخر عن الساحة؛ هذه الصور وغيرها إنما هي ظواهر مرضية تعاني منها منظماتنا وتؤثر في قدرتها علي تحقيق أهدافها، وعلي ذلك تبرز المشكلة البحثية في التساؤل الرئيس التالي:

ما هو دور الذكاء الانفعالي في تدعيم مقومات التواصل المنشود مع الآخر بالشركة المصرية للاتصالات ؟

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية، هي:

- ١- ما هي أبعاد الذكاء الانفعالي المؤثرة في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بالشركة المصرية للاتصالات؟
- ٢- ما هي مقومات التواصل مع الآخر، وكيفية تدعيمها بين العاملين بالشركة المصرية للاتصالات؟
- ٣- هل توجد علاقة ارتباطية بين كل بعد من أبعاد الذكاء الانفعالي وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بالشركة المصرية للاتصالات؟
- ٤- ما تأثير كل بعد من أبعاد الذكاء الانفعالي علي تدعيم مقومات التواصل مع الآخر الآخر بالشركة المصرية للاتصالات؟
- ٥- هل يمكن التنبؤ بالقدرة علي تدعيم مقومات التواصل مع الآخر من خلال أبعاد الذكاء الانفعالي؟

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في أنها تتطرق لإلقاء الضوء على مفهوم التواصل مع الآخر؛ حيث أن مصطلح التواصل يقودنا إلى القول بأن التواصل المنشود مع الآخر يشمل التفاعل والتعاون الفكري، والاجتماعي، والثقافي، والذي لا يتوقف عند التواصل على مستوى الأفراد والمجتمعات والدول، ولكنه يشمل أيضاً التواصل على مستوى المنظمات بين العاملين وبعضهم البعض والذي يتطلب بالضرورة أن يتوافر لدي العاملين القدرة علي التحكم في الانفعالات والتي تشكل جزءاً مهماً وأساسياً في البناء النفسي للفرد وهي التي تحدد معالم شخصيته وقدرته على تدعيم مقومات التواصل مع الآخر.

وتكمن أهمية البحث أيضاً من الجانب التطبيقي في إمكانية استفادة قيادات الشركة المصرية للاتصالات والقطاعات الأخرى المماثلة لها من نتائج وتوصيات

الدراسة حيث أنها تبني علي دراسة نظرية ميدانية، بما يعود بالفائدة على المجتمع ككل.

ثالثاً: أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيس للبحث في دراسة العلاقة بين الذكاء الانفعالي وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات، بالإضافة إلى بعض الأهداف الفرعية، وهي:

- ١- التأصيل النظري لمتغيرات البحث والمتمثلة في: (الذكاء الانفعالي، والتواصل مع الآخر).
- ٢- التعرف على إتجاهات وآراء العاملين بالشركة المصرية للاتصالات تجاه موضوع البحث من خلال الدراسة الميدانية.
- ٣- إقتراح بعض التوصيات التي من شأنها تدعيم الانتماء التنظيمي للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

رابعاً: فروض البحث

الفرض الأول الرئيس:

- ١- توجد علاقة معنوية بين الذكاء الانفعالي وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

وينبثق من هذا الفرض بعض الفروع الفرعية، وهي:

- ١/١- توجد علاقة معنوية بين إدراك الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.
- ٢/١- توجد علاقة معنوية بين استخدام الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٣/١- توجد علاقة معنوية بين فهم وتحليل الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٤/١- توجد علاقة معنوية بين إدارة الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

خامساً: منهج وأدوات البحث

اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي: حيث تم تحديد وتأسيس المفاهيم النظرية الأساسية المرتبطة بموضوع البحث، وذلك بالاستعانة بمختلف المراجع، والدوريات، والمصادر العلمية المختلفة، واستخلاص الأفكار منها، والرجوع إلى الدراسات السابقة، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية علي عينة من العاملين بالشركة المصرية للاتصالات وعرضها في صورة رقمية بما يسهل معرفة اتجاهات العاملين تجاه متغيرات الدراسة وعلاقتها ببعضها البعض، واختبار فروضها وتحليل ومناقشة نتائجها، وقد تمثلت الأداة الرئيسية للبحث في إستمارة استقصاء تضمنت بعض المحاور التي تعكس متغيرات الدراسة.

سادساً : حدود البحث

- الحدود الموضوعية:

إعتمد الباحث على مجموعة من الأبعاد التي تعكس متغيرات البحث الرئيسية، وذلك كما يلي:

- الذكاء الانفعالي: (إدراك الانفعالات، استخدام الانفعالات، فهم وتحليل الانفعالات، إدارة الانفعالات) وفقاً لنموذج (Mayer & Salovey, 2001).

- مقومات التواصل مع الآخر: (الحوار والتفاهم مع الآخر، التسامح مع الآخر، قبول الآخر).

- الحدود المكانية:

أجريت الدراسة الميدانية على عينة من العاملين بالشركة المصرية للاتصالات بالقاهرة الكبرى، وذلك لمعرفة آرائهم وإتجاهاتهم حول موضوع البحث.
- الحدود الزمنية:

الحدود الزمنية التي تمت خلالها الدراسة الميدانية هي الفترة من بداية شهر يناير ٢٠١٨ وحتى نهاية نفس الشهر.

سابعاً: هيكل البحث

في ضوء الأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها، فقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة محاور، حيث عرض المحور الأول الإطار العام للبحث، والذي تضمن المشكلة البحثية والأهداف والأهمية والفروض، بالإضافة إلى منهجية البحث وأدواته. أما المحور الثاني فتضمن الإطار النظري والمفاهيمي للبحث. وتناول المحور الثالث الدراسة الميدانية وتحليل ومناقشة نتائجها، وفي النهاية يتم تقديم بعض التوصيات الخاصة بموضوع البحث.

المحور الثاني: الإطار النظري والمفاهيمي للبحث

أولاً: الذكاء الانفعالي ومكوناته

في اللغة (وصل) الشيء بالشيء، والوصل ضد الهجران^(١)، واتصل الشيء بالشيء: التام به أو ارتبط به، الشخص بالشخص: اجتمع به أو خاطبه^(٢).
ويُعد الباحثان "Mayer & Salovey" أول من أطلقا مفهوم الذكاء الانفعالي في عام ١٩٩٠م أثناء محاولتهما تطوير طريقة لدراسة الفروق بين الأفراد في الانفعالات باعتباره قدرة الفرد على فهم مشاعره وانفعالاته، ومشاعر وانفعالات الآخرين والتمييز بينها، واستخدام هذه المعلومات في توجيه تفكيره وأفعاله^(٣).

(١) محمود خاطر، مختار الصحاح للشيخ الإمام/ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، (القاهرة: المطابع الأميرية، ١٩٩٢)، ص ٧٢٥.

(٢) أديب اللحى وآخرون، المحيط معجم اللغة العربية (لبنان: المحيط، ١٩٩٣)، ص ٩٢٩.

(3) Mayer.J.D & Salovey, P., "Emotional intelligence Imagination", Cognition and Personality, 1990, (3), pp: 185-211.

وتبعهما في عام ١٩٩٨م "Goleman" والذي كان أول من استخدم مصطلح الذكاء الانفعالي في كتابه المُسمى بنفس الاسم ، والذي تناول فيه ما سماه بالعقل الانفعالي وطبيعة الذكاء الانفعالي والمجالات التي لها دور فيها ودوره في براعة الإنسان وتقدمه في مجالات الحياة العملية قياساً بالذكاء الأكاديمي الذي يبرز دوره في حياة الفرد التعليمية، وقد أكد على أن النجاح سواء النجاح الشخصي أو المهني لا يمكن أن يتحقق بدون اكتساب الفرد للمهارات الانفعالية والاجتماعية^(٤).

وقدم "Weisinger" مفهوماً للذكاء الانفعالي علي أنه يعني: "الاستخدام النكي للانفعالات، فالفرد يجعل انفعالاته تعمل لصالحه من خلال استخدامها في توجيه سلوكه وتفكيره بطرق ترفع من نتائجه"^(٥).

في حين أضاف "George" أن الذكاء الانفعالي يعني: "قدرة الفرد على إدراك الانفعالات، والوصول إليها، واستخدامها في التفكير، ومعرفة المشاعر وتنظيمها بشكل يحقق النضج الانفعالي والعقلي"^(٦).

وعرفه "Bar - On" علي أنه: "خليط لتفاعل مجموعة من المهارات والكفاءات والميسرات الوجدانية والاجتماعية التي تؤثر في قدرة الفرد على فهم نفسه والتعامل معها وفهم الآخرين والارتباط بهم، والتعامل مع متطلبات الحياة اليومية، ومجابهة التحديات والضغوط"^(٧).

(4) Goleman, D., Working with emotional intelligence, (New York: Bantam Books, 1998), p.95.

(5) Weisinger, H., Emotional intelligence at work, (San Francisco, Jossey – Bass Publishers, 1998), p.18.

(6) George, J. M., "Emotions and leadership: The role of emotional intelligence, Human Relation, 2000, 53, (6), pp: 1027-1032.

(7) Bar-On, R., "The Bar-on Model of Emotional-social Intelligenc" (ESI) Psicothema, 2006, 18, pp: 13-25.

أما "Wu" فقد عرفته بأنه يعنى: "قدرة الفرد على فهم مشاعره وانفعالاته، وضبطها، وإدارتها، والتعامل معها، أو استخدامها ومعالجتها"^(٨).
وتتقسم مكونات الذكاء الانفعالي إلي أربعة مكونات هي^(٩):

١- تقدير الانفعالات والتعبير عنها:

وتعنى قدرة الفرد على التحديد الواضح للانفعالات التي يعيشها، وقدرته على التعبير عنها، ومدى فهم ومعايشة مشاعر وانفعالات الآخرين والتعاطف معهم.

٢- استخدام الانفعالات لدعم العمليات المعرفية وصنع القرار:

وتتضمن قدرة الفرد على استخدام انفعالاته بطرق وظيفية.

٣- معرفة الانفعالات:

وتتمثل في قدرة الفرد على معرفة انفعالاته وفهمها.

٤- إدارة الانفعالات:

وتعنى قدرة الفرد على التحكم في انفعالاته، ويعتمد ذلك على معرفة الفرد بحالته المزاجية وقدرته على تقدير الانفعالات، والتعبير عنها، واستخدامها بإيجابية. وهناك من قسم مكونات الذكاء الانفعالي إلي أربعة مكونات أخرى، هي^(١٠):

١- القدرة على إدراك الانفعالات:

وهي تمثل الجانب الأساسى للذكاء الانفعالي، وتشمل قدرة الفرد على الوعي بانفعالاته، وانفعالات الآخرين، كما يتم التعبير عنها من خلال تعبيرات الوجه ونبرات الصوت.

(8) Wu, C., "The Relationship among Leisure Participation, Leisure Satisfaction, and Emotional Intelligence among Elementary School Teachers in Northern Taiwan", PHD, University Incarnate of Word, 2010, p.55.

(9) George, J. M., op. cit., pp: 1034-1038.

(10) Mayer.J.D and others, "Emotional Intelligence and Giftedness", Roeper Review,2001, 23 (3), pp: 131-137.

٢- القدرة على استخدام الانفعالات:

وتشمل قدرة الفرد على توليد الانفعالات، ومعرفة أسبابها، وأثرها على التفكير.

٣- القدرة على فهم الانفعالات:

وتتضمن قدرة الفرد على فهم الانفعالات المعقدة، وكيفية انتقالها من مرحلة لأخرى.

٤- القدرة على تنظيم الانفعالات للارتقاء بالنمو الانفعالي والعقلي:

وتعنى قدرة الفرد على إدارة وتنظيم الانفعالات والتحكم فيها وضبطها.

وهناك من حدد مكونات الذكاء الانفعالي في خمسة مكونات هي^(١١):

١- الوعي بالذات:

ويعنى معرفة الفرد بأحواله الداخلية، وتفضيلاته، وإمكانياته.

٢- تنظيم الذات:

وتشمل إدارة الفرد لحالته الداخلية، ودوافعه، وإمكاناته.

٣- الدافعية:

وتتضمن قدرة الفرد على توجيه انفعالاته لتحقيق هدف ما.

٤- التعاطف:

وتشير إلى الوعي بمشاعر، واحتياجات، واهتمامات الآخرين.

٥- المهارات الاجتماعية Social Skills :

وتعنى المهارة في إحداث استجابات مرغوبة من الآخرين.

وقدم آخر قائمة للذكاء الانفعالي تشمل ستة مكونات هي^(١٢):

(11) Goleman, D., Op. cit., pp: 25-26.

(12) McCluskey, A., "Emotional Intelligence in schools", 2000, Avalibale at: <http://www.connected.org/learn/school.html>.

١- الوعي بالذات:

ويتضمن قدرة الفرد على التعرف على مشاعره وتعديلها، وإدراك العلاقات بين الأفكار والمشاعر والأفعال.

٢- إدارة الانفعالات:

وتشمل قدرة الفرد على معرفة ما وراء مشاعره، والقيام بالأنشطة، وتحويل المشاعر السالبة إلى موجبة.

٣- التعاطف:

وتعنى قدرة الفرد على فهم مشاعر الآخرين، وعلاقاتهم المتشابكة، ووجهات نظرهم، والاستماع إليهم، والتمييز بين أفعالهم وأقوالهم، وانفعالاتهم وأحكامهم.

٤- التعاون:

وتعنى التعرف على متى يكون التعاون مؤثراً وجوهرياً، والعمل كجماعة لتحقيق الأهداف، وحث الآخرين وتشجيعهم على المشاركة فى العمل الجاد، والتعرف على النتائج المترتبة على اتخاذ القرار.

٥- حل النزاعات أو الصراعات:

ويتضمن فهم نزاعات الناس، والميكانيزمات الملتوية، والتي يعلن عنها الأفراد ببراعة، واستخدام مهارات الآخرين الانفعالية لحل النزاعات والصراعات بينهم.

٦- التواصل:

ويشمل تطوير جودة العلاقات الإيجابية، وتحديد المشاعر التي تساعد على التواصل مع الآخرين.

ثانياً: التواصل مع الآخر ومقوماته

التواصل في لسان العرب تعني عدم التصارم، "والوصل: ضد الهجران، والتواصل: ضد التصارم، وفي الحديث: من أراد أن يطول عمره، فليصل رحمه"^(١٣). إن هذا التصور لمصطلح التواصل يقودنا إلى القول بأن التواصل المنشود مع الآخر يشمل التفاعل والتعاون الفكري، والاجتماعي، والاقتصادي، والسياسي، والثقافي، والتربوي، والذي لا يتوقف عند التواصل على مستوى المجتمعات والدول، ولكنه يشمل التواصل على مستوى الأفراد، فالتواصل كما يكون بين فرد وآخر، فإنه يكون أيضاً بين مجتمع وآخر، ويعني هذا أن التواصل المنشود مع الآخر ليس تواصلاً على مستوى الحكومات والدول فحسب، ولكنه ينبغي ويجب أن يكون تواصلاً على مستوى الأفراد، كل حسب قدرته وطاقته واستطاعته، وفضلاً عن هذا، فإن هذا التصور عن التواصل المنشود يقوم على الإيمان بأن للتواصل وسائل متعددة بتعدد صورته ومجالاته، وتتجدد تلك الوسائل بتجدد الزمان والمكان، ويعني هذا أن الجمود على وسيلة من وسائل التواصل والوقوف عند تلك الوسيلة دون سواها يمثل تضيقاً لواسع^(١٤).

والآخر في لسان العرب بمعنى الغير^(١٥)، والآخر في معجم الصحاح يُقصد به المخالف، كما قد يُقصد به الموافق^(١٦).

وفي اللغة الانجليزية نجد أن قاموس أكسفورد يُنظر إلى الآخر على أنه كل من هو مختلف ومتمايز عن الشخص^(١٧).

(١٣) جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، (دار صادر: بيروت، د ت).

(١٤) المرجع السابق.

(١٥) المرجع السابق.

(١٦) معجم الصحاح في اللغة، القاموس المحيط، ولسان العرب، مادة (آخر).

(17) Oxford Dictionaries, John Simpson & Edmund Weiner (Editors), Oxford University Press, 2013.

والآخر مصطلح واسع وفضفاض وغير واضح الحدود، وهو كتعبير أشمل من أن يحصر بصفة معينة فهو يعني أي صفة عدا الذات سواء كان مثيلاً أو نقيضاً في الشكل والمضمون، وحديثاً تحول مفهوم الآخر من الأوصاف العامة إلى مستوى الاصطلاح، وتنامى استخدامه كمصطلح في بعض اللغات الأوروبية كالإنجليزية والفرنسية، ثم في اللغة العربية هو ذكر مفردة الآخر وحدها، فصار يكفي القول "الآخر" فقط بدلاً من القول: "الرجل الآخر" أو "المجتمع الآخر"^(١٨).

والهدف من هذا المصطلح يبينه تلك المقولات المتزايدة التي تنتشر في وسائل الإعلام وفي المناقشات والحوارات من مثل: "ما الموقف من الآخر"، و"ينبغي أن لا تنفي الآخر"، و"ينبغي التسامح مع الآخر"، و"لا بد أن يكون هناك موقف حضاري وتعددي من الآخر"، و"مطلوب الاعتراف بالآخر"، "الاعتراف بحق الآخر في التعبير عن وجوده، وأفكاره بعيداً عن ضغوط الإكراه وموجات النفي والإلغاء"، و"إعادة الاعتبار إلى الآخر وجوداً ورأياً ومشاعراً"، و"اكتشاف العناصر والمفردات الداخلية والخارجية التي تضيق الهوية مع الآخر"، و"قبول الآخر يعني قبول السماع منه ومحاورته، وقبول التعامل والتعايش معه في سلام، وقبول التأخي والتحاب معه، وقبول دينه، وأفكاره، وأخلاقه، مهما كانت، وعلى أية صفة، واحترامها واعتقاد صحتها؛ كل هذه الاحتمالات في معنى "القبول" واردة، ثم أي احتمال لكلمة "قبول" يمكن توقيفه مع أي احتمال لكلمة "الآخر"^(١٩).

ويمكن التفرقة بين الاتصال والتواصل حيث، في الاتصال تكون هناك رغبة من أحد الطرفين في التواصل مع الطرف الآخر، ويكون دور الطرف الآخر الاستجابة والتفاعل مع هذه الرغبة أو يمكنه عدم الاستجابة، أما في التواصل فإن هذه الرغبة في المشاركة تكون تبادلية وتحدث من كلا الطرفين وتنشط لتحقيق أهداف معينة، نستنتج من ذلك أن التواصل يُشير إلى علاقة تبادلية ما بين طرفين أو أكثر، كما أنه يعتبر انفتاح الذات على الطرف الآخر

(١٨) سعد بن بجاد بن مصلح العتيبي، "مصطلح (الآخر)"، بحث مقدم إلي: جامعة الملك سعود، كلية التربية، قسم الثقافة الإسلامية، مسار العقيدة، ٢٠٠٦، ٢ □ □.

(١٩) خالد محمود عبد الوهاب، "محددات قبول الآخر لدي عينة من فئات اجتماعية مختلفة، دراسة استطلاعية"، مجلة السلوك البشري، ٣م، ١ع، ٢٠١٥، ١٦٩-١٧٠ □ □.

ضمن علاقة لا تنقطع بل تتجدد. وبناءً على ما تقدم فإن عملية التواصل هي أساس العلاقات الإنسانية والتفاهم الإنساني، كما أنها العملية التي بمقتضاها تشكل العلاقات الاجتماعية وتبادل الخبرات والمعلومات والآراء والأفكار والتجارب مع الآخر. والتواصل المنشود مع الآخر يقوم على الإيمان بأن للتواصل وسائل متعددة بتعدد صورته ومجالاته، وتتجد تلك الوسائل بتجدد الزمان والمكان، ويعني هذا أن الجمود على وسيلة من وسائل التواصل والوقوف عند تلك الوسيلة دون سواها يمثل تضيقاً لواسع^(٢٠).

أما مقومات التواصل مع الآخر التي يتناولها هذا البحث فتمثل فيما يلي:

أ- الحوار والتفاهم مع الآخر:

الحوار لغة: (وهم يتحاورون أي: يتراجعون الكلام. والمحاوور: مراجعة المنطق والكلام في المخاطبة)^(٢١).

والحوار هو تبادل المعلومات والأفكار والآراء سواء أكانت تبادلاً رسمياً أم غير رسمي، مكتوبات أم شفوية، وينعقد الحوار بمجرد التعرف على وجهات نظر الآخرين وتأملها وتقويمها والتعليق عليها، ويمكن أن يطلق الحوار على تلاقي الثقافات وتبادل المعلومات مع الآخر وما يحصل من جراء ذلك من تلاقي المتحاورين وتصويب بعضهم لبعض وتأثير بعضهم في بعض^(٢٢).

أما تفاهم في اللغة: (فعل)، تفاهم يتفاهم، تفاهماً^(٢٣).

والتفاهم بين الأفراد يزيد المحبة بينهم ويقوي أواصر الثقة، ويُعلي من التقارب العاطفي بين أفراد المجتمع، ويظهر نجاح التفاهم بالإنصات والإصغاء إلى كلام

(٢٠) قطب مصطفى سانو، في التواصل مع الآخر: معالم وضوابط ووسائل، ورقة مقدمة إلى المؤتمر السنوي الثاني: نحن والآخر، الكويت، ٦-٨ مارس لعام ٢٠٠٦، ص ٥٤.

(٢١) جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، مرجع سبق ذكره.

(٢٢) أحمد بن سيف الدين تركستاني، "الحوار مع أصحاب الأديان مشروعته وشروطه وآدابه"، منشورات موقع

الإسلام، علي الرابط التالي: <http://www.al-islam.com>

(٢٣) معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي.

الآخر، وتحويل الكلمات والألفاظ إلى واقع حي، وبث الحياة في الشعارات حتى تتحقق آثارها وتقترب المساحات والمسافات بين أفراد المجتمع، فالتفاهم يجعلنا منتبهين ومركزين وواثقين، ويجنبنا الوقوع في سوء الظن أو الفهم الخاطئ.

وعلي ذلك فإن أي حوار وتفاهم مع الآخر يستلزم من حيث المبدأ، تحديداً مسبقاً لأمرين أساسيين: الأمر الأول هو التفاهم على ماذا نتحاور؛ والأمر الآخر هو التفاهم لماذا نتحاور، أي أنه لا بد من تحديد منطلقات الحوار وقواعده، أساسها احترام حرية الآخر في الرأي وحقه في الاختلاف.

ب- التسامح مع الآخر:

في لسان العرب: سمح السماح السماحة المسامحة، وتعني لغة الجود، واسمح وتسامح وافقني على المطلوب، والمسامحة هي المساهلة^(٢٤).

والتسامح فعل مشترك يدل على التساهل والملاينة والموافقة، وهو في الاصطلاح الدارج حالياً يعني قبول اختلاف الآخرين سواء في الدين أم السياسة أو عدم منع الآخرين من أن يكونوا آخرين أو إكراههم على التخلي عن آخريتهم، وهناك نوع آخر من التسامح يأتي ببساطة من عدم التحيز بتجاوز الموقف الذي يقتصر على التسامح مع شخصية آخر يختلف عنا والتقدم إلى موقف التقدير المناسب واحترام آخريتهم ". ولا ريب أن النوع الثاني هو الأرقى... ويكتسب التسامح أهمية خاصة إذا كان للناس ذوي القناعات الدينية والإيديولوجية والثقافية والفكرية والسياسية المختلفة أن يعيشوا معاً في مجتمع تعددي^(٢٥).

(٢٤) جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، مرجع سبق ذكره.

(٢٥) الهاشمي، محمود منقذ، "التسامح والتعددية"، على الموقع الإلكتروني:

http://www.maaber.org/second_issue/perennial_ethics_2.htm

ج- قبول الآخر:

قبول لغة: (قبول) اسم، قبول / قبول (مصدر) قبل، القبول: الموافقة، وينتج عن تلاقي الإرادات^(٢٦).

ويعد قبول الآخر بمثابة حجر الزاوية حتى تستقيم أمور المجتمع ويتعامل الأفراد مع بعضهم البعض ويتعايشون في مناخ تسوده الألفة والوفاق، ولن يتحقق ذلك إلا من خلال قبول الرأي والرأي الآخر، وانتشار ثقافة الاختلاف وليس الخلاف، والبحث عن نقاط الالتقاء، والخروج من دائرة أحادية الرؤية لتتطلق مسيرة الإصلاح والتنمية التي ينشدها المجتمع^(٢٧).

وعلي ذلك فقبول الآخر لن يلغي وجود الاختلاف، ولذلك لا بد من وضع حدود له، تلك الحدود تحدد وتضبط معنى القبول، ولا تطلقه على علاته، وحينئذ يكون معنى القبول متضمنا السماع للآخر، محاورته، مجادلته، التعامل معه، التعايش معه بسلام دون إكراه أو مضايقة والمحافظة على حريته في الاعتقادات والاتجاهات طالما لا تؤثر على معتقدات واتجاهات الآخرين^(٢٨).

وتتطلق فكرة القبول أولاً من قبول الذات بكل ما تشتمل عليه من إيجابيات وسلبيات، وإذا لم يصل الفرد إلى قناعة بأن لديه أشياء هامة يمكن أن يقدمها للآخرين، وبأن لدى الآخرين أشياء هامة يستطيعون تقديمها له لن يصل إلى قبول الآخر، ولكي يصل الفرد إلى قبول الآخر لا بد أن يراعي ما يلي^(٢٩):

١- الصدق مع الذات.

(٢٦) معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي، متاح علي الربط التالي:

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>

(٢٧) سليمان الخراشي، مصطلح الآخر، صيد الفوائد، متاح علي الرابط التالي:

<http://www.saaaid.net/Doat/khojah/24.htm>

(٢٨) خالد محمود عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، □ ١٧٣.

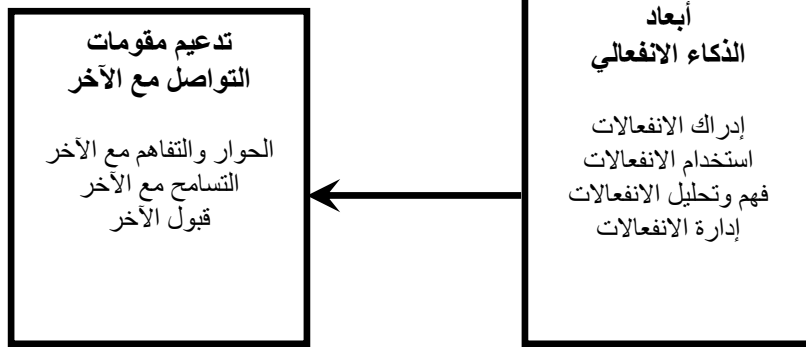
(٢٩) ممدوح الشيخ، ثقافة قبول الآخر، (القاهرة: مكتبة الإيمان، ٢٠٠٧)، □ ٣٤.

- ٢- تحمل المسؤولية الكاملة عن أفعاله وردود أفعاله، وتجنب إلقاء اللوم على الآخر.
- ٣- قبول جوانب الضعف الشخصي، وكذلك ضعف الآخرين.
- ٤- عدم إدعاء القدرة على التنبؤ بما في ذهن الآخر، وتجنب الحكم على دوافعه ونواياه دون الإصغاء إليه حتى يتحقق التواصل المنشود مع الآخر.
- ويري الباحث أن الذكاء الانفعالي يتشكل من عدة مهارات تجعل الفرد لديه القدرة علي التعبير عن انفعالاته، واستيعاب انفعالات الآخرين وتقديرها، ومن ثم تنظيم انفعالاته والتحكم فيها واستخدامها عند التواصل مع الآخرين.**

ثالثاً: علاقة الذكاء الانفعالي بتدعيم مقومات التواصل مع الآخر

يوضح الشكل التالي الإطار المقترح لعلاقة الذكاء الانفعالي بتدعيم

مقومات التواصل مع الآخر:



شكل(١) الإطار المقترح لعلاقة الذكاء الانفعالي بتدعيم مقومات التواصل مع الآخر

أ- علاقة إدراك الانفعالات بتدعيم مقومات التواصل مع الآخر:

إن إدراك الانفعالات يعني قدرة الفرد على تحديد وصياغة انفعالاته ومشاعره الذاتية والتعبير عنها وعن الحاجات المتصلة بها بوضوح، والإدراك الذاتي هو أساس الثقة بالنفس، فالفرد في حاجة ليعرف أوجه القوة والضعف لديه، ويتخذ من هذه المعرفة أساساً لقراراته، فالإدراك الذاتي ربما يكون أكثر الجوانب أهمية في الذكاء الانفعالي لأنه يسمح لنا بممارسة الضبط الذاتي، ويزيد من القدرة علي التعامل والتكيف مع ما يحيط بنا بطريقة فاعلة؛ وبصفة عامة يتضمن هذا البعد إدراك الرسائل غير اللفظية والتعبيرات الانفعالية التي تظهر على الوجه وفي نبرة الصوت وكل قنوات الاتصال الممكنة مع الآخرين^(٣٠).

ب- علاقة استخدام الانفعالات بتدعيم مقومات التواصل مع الآخر:

وتعني توجيه العواطف والانفعالات لخدمة الهدف واستخدام الانفعالات بطريقة منتجة، والسيطرة عليها قبل أن تتحول إلى أفعال؛ بمعنى كبح الاندفاعات، ولذلك فإنه كلما استطاع الفرد أن يملك دفة انفعالاته كلما كان حكيماً يتحلى بالصبر والتفهم، وهي خصائص يستطيع من خلالها الفرد التواصل الفعال مع الآخرين.

ج- علاقة فهم وتحليل الانفعالات بتدعيم مقومات التواصل مع الآخر:

وتعني فهم وتحليل ما وراء المشاعر، فالشخص الذي لديه قدرة على الوعي بمشاعره وفهمها والوعي بأفكاره عنها تكون لديه قدرة على الانتباه إلى مشاعره وتفحصها وملاحظة أفكاره مراقبتها كي يستطيع السيطرة على الانفعال، وبالتالي تزيد قدرته علي إدارة ومواجهة المعوقات والمشكلات وحلها بما يتمتع به من ضبط انفعالي ينعكس في قدرته على اتخاذ القرار المتعلق بحل هذه المشكلات؛ مما يدعم مقومات التواصل مع الآخر.

(٣٠) بتصرف: صالح محمد علي أبو جادو، علم النفس التربوي، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤)، ٨٨.

د- علاقة إدارة الانفعالات بتدعيم مقومات التواصل مع الآخر:

وتعني إحداث التعديل في السلوكيات نحو كيفية معالجة الأحداث لإكتساب مزيد من القدرة على إدارة الانفعالات مع الآخرين باعتبارها أساس بناء العلاقات مع الآخرين على نحو صحي سليم وإقامة علاقات إيجابية مثمرة مع الآخرين. ولكي تظهر هذه القدرة لدى الأشخاص عليهم أن يصلوا أولاً إلى مستوى متقدم من التحكم في أنفسهم وإدارة ذاتهم والتوافق النفسي؛ مما ينعكس إيجاباً علي إكتساب الفرد لصفات شخصية قائمة على الانفتاح على الآخر وقبول رأيه وعدم الانغلاق ورفض أفكاره وال ضبط والاعتزان الانفعالي القائم على فهم الفرد لانفعالاته وإدراكه لهذه الانفعالات، وتوجيه العواطف والانفعالات لخدمة الهدف واستخدام الانفعالات بطريقة منتجة، والسيطرة عليها، وتزيد من قدرة الفرد على تنظيم وإدارة انفعالاته في التعامل مع الآخرين وتحقيق النسيج الاجتماعي السليم الذي يحقق الصحة النفسية ويدفع إلى التعاون والعمل المنتج الفعال ويدعم مقومات التواصل مع الآخرين.

المحور الثالث: الدراسة الميدانية**أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية****أ- مجتمع وعينة الدراسة الميدانية**

الشركة المصرية للاتصالات هي هيئة حكومية مصريه يرجع تاريخ إنشائها إلى عام ١٨٥٤م، وكانت تسمى وقتها باسم الشركة الشرقية للتليفونات والتلغراف، وفي عام ١٩١٨م قامت الحكومة المصرية بشراء الشركة الشرقية للتليفونات والتلغراف، ونقل ملكيتها إلى سلطة البرق والهاتف، وفي عام ١٩٢٨م تم تغيير اسمها إلى الهيئة القومية للاتصالات السلكية واللاسلكية، وفي عام ١٩٩٢م بدأت الهيئة خدمات الانترنت في مصر، وفي عام ١٩٩٨م تم إعادة هيكلة الهيئة وتحويلها إلى شركة مساهمة مصرية تحت اسم الشركة المصرية للاتصالات، وفي عام ٢٠١٦م تم دمج

المصرية للاتصالات مع المصرية لنقل البيانات في كيان واحد تحت اسم المصرية للاتصالات، والشركات التابعة لها هي^(٣١):

- TE Data لخدمات الانترنت. - Centra لإنتاج الحاسبات الآلية.
 - Xceed مركز خدمة العملاء. - Merc تأسيس وإدارة شبكات الاتصالات اللاسلكية.
- وقام الباحث بإختيار عينة عشوائية بسيطة من الموظفين بجميع المستويات الإدارية، وذلك لتمثيله وتشابه خصائص مفردات العينة، وتم تحديد حجم العينة باستخدام المعادلة التالية^(٣٢):

$$\frac{ق(١-ق)}{حجم العينة (ن)} \times X = \text{الخطأ المسموح به} = \text{الدرجة المعيارية}$$

$$\frac{٠,٥ (٠,٥-١)}{حجم العينة} \times ٢ = ٠,١$$

حيث:

ن = حجم العينة.

ق = نسبة وجود الظواهر محل البحث في العينة، وقد اعتبرها الباحث (٥٠%).

نسبة الخطأ المسموح به = قدرها الباحث في حدود (١٠%).

الدرجة المعيارية = وهي المقابلة لمعامل الثقة (٩٠%) = ٢.

وبتطبيق هذه المعادلة في ضوء الافتراضات السابقة يكون حجم العينة المُمثلة

لمجتمع البحث ن = ١٠٠ مفردة.

ب: تصميم قائمة الإستقصاء

(٣١) موقع الشركة المصرية للاتصالات، علي الرابط: <https://te.eg/>

(٣٢) عادل محمد شكري، التحليل الكمي في المجالات التسويقية، (القاهرة: مكتبة كلية التجارة جامعة عين شمس، ١٩٩٧).

تم تصميم قائمة إستقصاء على مقياس ليكرت خماسي الاتجاه تضمنت مجموعة من العبارات تقيس إتجاهات أفراد العينة تجاه متغيرات الدراسة، وتكونت من عدة مقاييس لقياس آراء واتجاهات العينة تجاه متغيرات الدراسة، هي:

- الذكاء الانفعالي (المتغير المستقل): (العبارات من ١-١٦).
- التواصل مع الآخر (المتغير التابع): (العبارات من ١٧-٣١).

ج: أساليب المعالجة الإحصائية

تم استخدام الحاسب الآلي على حزم البرامج الإحصائية SPSS Ver.20، وذلك لتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال قائمة الاستقصاء، باستخدام الأساليب التالية :

- معامل "كرونباخ ألفا" لقياس الثبات.
 - التكرارات والنسب لتوصيف عينة الدراسة .
 - المتوسطات لقياس اتجاهات العينة.
 - معامل ارتباط "بيرسون" لقياس قوة واتجاه الارتباط بين المتغيرات .
 - تحليل التباين "ANOVA Test" لبيان العلاقات الإندارية بين المتغيرات .
 - الإندار الخطي البسيط لبيان تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.
- د: قياس ثبات إستمارة الإستقصاء باستخدام "معامل كرونباخ ألفا" :**

تتراوح قيمة معامل "ألفا" بين صفر وواحد، وكلما اقتربت قيمة المعامل من الواحد الصحيح دل على وجود ثبات أعلى، ولا توجد قيمة ثابتة يمكن الاعتماد عليها في قياس الثبات، إلا أنه يعتمد قبول القيمة حسب توطن الظاهرة في مجتمع الدراسة وعدد العبارات التي تقيس الظاهرة ويعتمد عليها في قبول درجة الثبات.

جدول (١) معاملات الثبات بإدارة "معامل كرونباخ ألفا"

معامل α	المتغير
٨٤,١%	الذكاء الانفعالي
٧٦,٦%	التواصل مع الآخر

يبين الجدول السابق ثبات جيد لأداة القياس ويطمئن إلى إستقرار آراء واتجاهات عينة البحث تجاه قائمة الاستقصاء .

ثانياً: إختبار فروض البحث

الفرض الأول الرئيس:

١- توجد علاقة معنوية بين الذكاء الانفعالي وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

وينبثق من هذا الفرض الرئيس بعض الفروع الفرعية، وهي:

١/١- توجد علاقة معنوية بين إدراك الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٢/١- توجد علاقة معنوية بين استخدام الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٣/١- توجد علاقة معنوية بين فهم وتحليل الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٤/١- توجد علاقة معنوية بين إدارة الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

١/١- اختبار الفرض الفرعي الأول:

- توجد علاقة معنوية بين إدراك الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

جدول (٢) نتائج اختبار الفرض الفرعي الأول

المتغير التابع	معامل ارتباط "بيرسون"				المتغير المستقل	
	المعنوية		القيمة			
التواصل مع الآخر	٠,٠٠٠٠		٠,٣٣٨ (**)		إدراك الانفعالات	
	تحليل التباين اختبار "ف"	القيمة المعنوية	متوسط المربعات	مجموع المربعات		تحليل الانحدار
	٠,٠٠٠٠	٧٢٠٤,٩٥١	٠,٠٤٣	٢,٥٢٨		البواقي
	الخطأ المعياري		R	R ²		معامل
	٠,٢٠٦٩٩		٠,٩٩٩	٠,٩٩٨		التحديد
	قيمة معامل B		قيمة Beta			
	٠,٥٤٩		٠,٥٠٦			

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

بالنظر في الجدول السابق يتضح ما يلي:

- ١- هناك ارتباط طردي معنوي بين إدراك الانفعالات كأحد أبعاد الذكاء الانفعالي وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" ٠,٣٣٨ عند مستوى معنوية ٠,٠١، أي أنه كلما زادت قدرة العاملين علي إدراك انفعالاتهم فإن ذلك يؤدي إلي تدعيم مقومات التواصل مع الآخر.
- ٢- هناك علاقة انحدارية بين إدراك الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة اختبار "ف" ٧٢٠٤,٩٥١ ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١، وتدل علي أن العلاقة الانحدارية بين المتغيرين هي علاقة جوهريّة ولا تعود إلي الصدفة.
- ٣- أن قيمة معامل التحديد $R^2 = ٠,٩٩٨$ ، وهو يعني أن إدراك الانفعالات يفسر تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بنسبة ٩٩,٨%، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية بالإضافة إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها .

٤- يؤثر إدراك الانفعالات تأثيراً جوهرياً في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث بلغت قيمة هذا التأثير وفقاً لمعامل بيتا ٥٠,٤ %.

٥- أن قيمة معامل $B = ٠,٥٤٩$ ، ويعني أنه يمكن بتحسين القدرة علي إدراك الانفعالات التنبؤ بدرجة زيادة مقومات التواصل مع الآخر، حيث أن كل زيادة قدرها ٠,٥٤٩ وحدة في تحسين القدرة علي إدراك الانفعالات تؤدي إلي تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بمقدار درجة واحدة.

مما سبق يتضح صحة الفرض الفرعي الأول، أي أنه:

توجد علاقة معنوية بين إدراك الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٢/١- اختبار الفرض الفرعي الثاني:

- توجد علاقة معنوية بين استخدام الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

جدول (٣) نتائج اختبار الفرض الفرعي الثاني

المتغير التابع	معامل ارتباط "بيرسون"				المتغير المستقل	
	المعنوية		القيمة			
التواصل مع الآخر	٠,٠٠٠٠		٠,٥٠٥ (**)		استخدام الانفعالات	
	تحليل التباين اختبار "ف"	متوسط المربعات	مجموع المربعات	تحليل الانحدار		
	المعنوية	القيمة	٢٩٨,٨١٩	١٤٩٤,٠٩٥		
	٠,٠٠٠٠	١٩٧٩,٨٦٣	٠,١٥١	٨,٩٠٥		
	الخطأ المعياري		R	R ²		معامل التحديد
	٠,٣٨٨٥٠		٠,٩٩٧	٠,٩٩٤		
	قيمة معامل B		قيمة Beta			
	٠,٦٨١		٠,٤٣٩			

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

بالنظر في الجدول السابق يتضح ما يلي:

- ١- هناك ارتباط طردي معنوي بين استخدام الانفعالات كأحد أبعاد الذكاء الانفعالي وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" ٠,٥٠٥ عند مستوى معنوية ٠,٠١، أي أنه كلما زادت القدرة علي استخدام الانفعالات فإن ذلك يؤدي إلي زيادة مقومات التواصل مع الآخر.
 - ٢- هناك علاقة انحدارية بين استخدام الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة اختبار "ف" ١٩٧٩,٨٦٣ ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١، وتدل علي أن العلاقة الانحدارية بين المتغيرين هي علاقة جوهريّة ولا تعود إلي الصدفة.
 - ٣- أن قيمة معامل التحديد $R^2 = ٠,٩٩٤$ ، وهو يعني أن استخدام الانفعالات يفسر تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بنسبة ٩٩,٤%، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية بالإضافة إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها .
 - ٤- يؤثر استخدام الانفعالات تأثيراً جوهرياً في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث بلغت قيمة هذا التأثير وفقاً لمعامل بيتا ٤٣,٩ %.
 - ٥- أن قيمة معامل $B = ٠,٦٨١$ ، ويعني أنه يمكن بتحسين عملية استخدام الانفعالات التنبؤ بدرجة زيادة مقومات التواصل مع الآخر، حيث أن كل زيادة قدرها ٠,٦٨١ وحدة في تحسين التدريب علي مقومات التسويق الشبكي تؤدي إلي زيادة مقومات التواصل مع الآخر بمقدار درجة واحدة.
- مما سبق يتضح صحة الفرض الفرعي الثاني، أي أنه:
توجد علاقة معنوية بين استخدام الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٣/١- اختبار الفرض الفرعي الثالث:

- توجد علاقة معنوية بين فهم وتحليل الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

جدول (٤) نتائج اختبار الفرض الفرعي الثالث

المتغير التابع	معامل ارتباط "بيرسون"				المتغير المستقل		
	المعنوية		القيمة				
التواصل مع الآخر	٠,٠٠٠٠		٠,٢٢٦ (**)		فهم وتحليل الانفعالات		
	تحليل التباين اختبار "ف"	متوسط المربعات	مجموع المربعات	١٥٠٤,٢٦١		تحليل الانحدار	
		القيمة المعنوية	٣٠٠,٨٥٢				
	التواصل مع الآخر	٠,٠٠٠٠	٢٢٩٣,٥١٣	٠,١٣١		٧,٧٣٩	البواقي
		الخطأ المعياري		R		R ²	معامل التحديد
	٠,٣٦٢١٨		٠,٩٩٧	٠,٩٩٥			
	قيمة معامل B			قيمة Beta			
	٠,٥٣٦			٠,٤١,٢			

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

بالنظر في الجدول السابق يتضح ما يلي:

١- هناك ارتباط طردي معنوي بين فهم وتحليل الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" ٠,٢٢٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١، أي أنه كلما زادت القدرة علي فهم وتحليل الانفعالات فإن ذلك يؤدي إلي تدعيم مقومات التواصل مع الآخر.

٢- هناك علاقة انحدارية بين فهم وتحليل الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة اختبار "ف" ٢٢٩٣,٥١٣ ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١، وتدل علي أن العلاقة الانحدارية بين المتغيرين هي علاقة جوهرية ولا تعود إلي الصدفة.

٣- أن قيمة معامل التحديد $R^2 = 0,995$ ، وهو يعني أن فهم وتحليل الانفعالات يفسر تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بنسبة ٩٩,٥%، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية بالإضافة إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها.

٤- يؤثر فهم وتحليل الانفعالات تأثيراً جوهرياً في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث بلغت قيمة هذا التأثير وفقاً لمعامل بيتا $0,412$ %.

٥- أن قيمة معامل $B = 0,536$ ، ويعني أنه يمكن بتحسين فهم وتحليل الانفعالات التنبؤ بدرجة زيادة مقومات التواصل مع الآخر، حيث أن كل زيادة قدرها $0,536$ وحدة في تحسين فهم وتحليل الانفعالات تؤدي إلي زيادة تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بمقدار درجة واحدة.

مما سبق يتضح صحة الفرض الفرعي الثالث، أي أنه:

توجد علاقة معنوية بين فهم وتحليل الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

٤/١- اختبار الفرض الفرعي الرابع:

- توجد علاقة معنوية بين إدارة الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

جدول (٥) نتائج اختبار الفرض الفرعي الرابع

المتغير التابع	معامل ارتباط "بيرسون"				المتغير المستقل	
	المعنوية		القيمة			
التواصل مع الآخر	٠,٠٠٠٠		٠,٢٢٣ (**)		إدارة الانفعالات	
	تحليل التباين اختبار "ف"		متوسط المربعات	مجموع المربعات		تحليل الانحدار
	المعنوية	القيمة	٣٠١,١٩٦	١٥٠٥,٩٧٩		النواقي
	٠,٠٠٠٠	٢٩٥١,٢٤٢	٠,١٠٢	٦,٠٢١		معامل التحديد
	الخطأ المعياري		R	R ²		
	٠,٣١٩٤٦		٠,٩٩٨	٠,٩٩٦		
	قيمة معامل B		قيمة Beta			
	٠,٤٨١		٠,٣٢٠			

** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

بالنظر في الجدول السابق يتضح ما يلي:

- ١- هناك ارتباط طردي معنوي بين إدارة الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" ٠,٢٢٣ عند مستوى معنوية ٠,٠١، أي أنه كلما زادت القدرة علي إدارة الانفعالات فإن ذلك يؤدي إلي تدعيم مقومات التواصل مع الآخر.
- ٢- هناك علاقة انحدارية بين إدارة الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث كانت قيمة اختبار "ف" ٢٩٥١,٢٤٢ ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١، وتدل علي أن العلاقة الانحدارية بين المتغيرين هي علاقة جوهرية ولا تعود إلي الصدفة.
- ٣- أن قيمة معامل التحديد $R^2 = ٠,٩٩٦$ ، وهو يعنى أن إدارة الانفعالات يفسر تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بنسبة ٩٩,٦%، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية بالإضافة إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها.
- ٤- تؤثر إدارة الانفعالات تأثيراً جوهرياً في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر، حيث بلغت قيمة هذا التأثير وفقاً لمعامل بيتا ٣٢ %.

٥- أن قيمة معامل $B = 0,481$ ، ويعني أنه يمكن بتحسين إدارة الانفعالات التنبؤ بدرجة زيادة مقومات التواصل مع الآخر، حيث أن كل زيادة قدرها $0,481$ وحدة في تحسين إدارة الانفعالات تؤدي إلي زيادة تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بمقدار درجة واحدة. مما سبق يتضح صحة الفرض الفرعي الرابع، أي أنه: توجد علاقة معنوية بين إدارة الانفعالات وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات. وبإثبات صحة الفروض الفرعية يكون قد تم إثبات صحة الفرض الرئيس، أي أنه: - توجد علاقة معنوية بين الذكاء الانفعالي وبين تدعيم مقومات التواصل مع الآخر للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات.

ثالثاً: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

أ- تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية لمتغير الذكاء الانفعالي:

جدول (٦) نتائج الدراسة الميدانية لمتغير الذكاء الانفعالي

ترتيب العبارات تبعاً للمتوسط الأعلى	المتوسط	العبارات
٨	٣,٧٠	أ- إدراك الانفعالات: ١- أدرك الانفعالات والمشاعر التي لا يضطر الآخرين للإفصاح عنها.
١٠	٣,٦٠	٢- أستشف مشاعر الآخرين من تعبيرات وجوههم.
١	٤,٥٠	٣- أستجيب لرغبات وانفعالات الآخرين والتفاعل الإيجابي معها.
٩	٣,٦٠	٤- أملك القدرة علي التأثير في الآخرين وتحويل اتجاهاتهم السلبية إلي اتجاهات إيجابية.
٤	٤,٣٠	ب- استخدام الانفعالات: ٥- أجيد الإنصات لمشاكل الآخرين وأعتبر نفسي موضع ثقة.
٢	٤,٥٠	٦- أنجز الأعمال الموكلة لي رغم صعوبتها أو ضيق وقت تنفيذها.
٥	٣,٩٠	٧- أتحكم في انفعالاتي في التعامل مع الزملاء والعملاء عند الغضب.
٧	٣,٧٠	٨- أنحي عواطفني جانباً عندما أقوم بإنجاز العمل.
٦	٣,٨٠	ج- فهم وتحليل الانفعالات: ٩- أستطيع احتواء مشاعر الإجهاد التي تعوق أدائي لأعمالي .

٣	٤,٣٥	١٠- أستطيع إنجاز المهام بنشاط وبتركيز عال رغم ضغوط العمل.
١٥	٣,٢٠	١١- أستطيع التحكم في تفكيري السلبي عند إتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل.
١١	٣,٥٠	١٢- أستطيع تفسير التغيرات السلوكية والتنظيمية التي تحدث في العمل.
١٢	٣,٣٠	د- إدارة الانفعالات في العمل: ١٣- لدي القدرة علي استدعاء الانفعالات الإيجابية ولا أستسلم لحالات التوتر والقلق.
١٤	٣,٢٠	١٤- لدي القدرة علي تركيز انتباهي في الأعمال المطلوبة مني وتحديد كافة المشاكل الأخرى جانباً.
١٣	٣,٣٠	١٥- لدي القدرة على التحكم في مشاعري عند مواجهة أي مخاطر أو أحداث مفاجئة.
١٦	٣,٢٠	١٦- لدي القدرة علي الابتكار والإبداع في العمل رغم التحديات التي تواجهني في العمل.

بتحليل الجدول السابق، نجد أنه قد تم ترتيب العبارات تبعاً للمتوسط الأعلى، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (٤,٥٠، ٣,٢٠) وجميعها أعلى من المتوسط العام (٣ درجات)، ويعكس ذلك اتجاهات إيجابية لدي عينة البحث وتوافر مقومات الذكاء الانفعالي والمتمثلة في إدراك الانفعالات، واستخدام الانفعالات، وفهم وتحليل الانفعالات، وإدارة الانفعالات.

ب- تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية لمتغير التواصل مع الآخر:

جدول (٧) نتائج الدراسة الميدانية لمتغير التواصل مع الآخر

ترتيب العبارات تبعاً للمتوسط الأعلى	المتوسط	العبارات
٩	٣,٥٠	أ- مقومات الحوار والتفاهم مع الآخر: ١- يسود بين العاملين بالشركة مفهوم حرية الآخر في طريقة تفكيره وآرائه.
١١	٣,٣٠	٢- هناك مساحة دائماً للحوار البناء مع زملاء العمل.
١٢	٣,٢٠	٣- يسود التفاهم بين العاملين بما يزيد المحبة ويُلغي من التقارب العاطفي بينهم.
٧	٣,٨٥	٤- يوجد اعتراف من قبل العاملين وبعضهم البعض بالحق في حرية اختيار المعتقدات وتمتع الآخر بالحق نفسه.

١٥	٣,١٠	٥- يسود بين العاملين حُسن الانصات للطرف الآخر وتبادل الآراء علي أساس الالتزام بأداب الحوار.
٦	٣,٩٠	ب- مقومات التسامح مع الآخر: ٦- يسود مفهوم التسامح بين العاملين بالشركة لتقوية أواصر الوئام والاحترام بين العاملين.
٤	٤,٠٠	٧- هناك اقتناع من جانب العاملين بأن التسامح يقوم على الاعتراف بالحقوق الإنسانية والحريات الأساسية للآخر.
١٤	٣,١٠	٨- تعمل الشركة علي غرز قيم التسامح والتزام الوسطية عند التواصل مع العاملين.
٨	٣,٨٠	٩- يسود حسن ظن بالآخرين بما يؤدي إلى تدعيم روابط الألفة والمحبة والتسامح بين العاملين.
٢	٤,٢٥	١٠- يُظهر القادة قدراً من التسامح واللين في التعامل مع العاملين.
١٣	٣,٢٠	ج- مقومات قبول الآخر: ١١- تسود ثقافة التعددية والتنوع وقبول الآخر بالشركة.
٥	٣,٩٠	١٢- يتم قبول سلوك الآخر القائم على مبدأ الاختلاف وليس الخلاف.
١٠	٣,٤٠	١٣- يوجد دعم فعلي من الإدارة تجاه القضايا الإنسانية والاجتماعية التي تدعم قبول الآخر.
١	٤,٨٠	١٤- يحترم العاملين خصوصية الآخرين في تبني آراء لا يعتقدون بها.
٣	٤,٢٠	١٥- تشجع بيئة العمل بالشركة التفاعل والتعاون والتكامل الإيجابي البناء بين العاملين وبعضهم البعض.

بتحليل الجدول السابق، نجد أنه قد تم ترتيب العبارات تبعاً للمتوسط الأعلى، وأن إتجاهات العينة تأرجحت بين الموافقة وعدم الموافقة، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (٤,٨٠، ٣,١٠) وجميعها أعلى من المتوسط العام (٣ درجات)، ويعكس ذلك اتجاهات إيجابية لدي عينة البحث وتوافر مقومات التواصل مع الآخر بالشركة والمتمثلة في الحوار والتفاهم مع الآخر والتسامح معه وقبوله.

رابعاً: التوصيات

من خلال الدراسة النظرية والميدانية أمكن للباحث وضع بعض التوصيات التي من شأنها الاستفادة من الذكاء الانفعالي في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر بالشركة المصرية للاتصالات، وذلك كما يلي:

١- ضرورة أن تتضمن عملية تخطيط الاحتياجات التدريبية إعداد برامج تدريبية لتنمية القدرات الانفعالية للعاملين حتي يتمكنوا من إدارة ذواتهم والتحكم في انفعالاتهم مما يزيد من قدرتهم علي تفهم مشاعر الآخرين وانفعالاتهم سواء عند التعامل مع زملاء العمل أو مع جمهور المتعاملين مع الشركة؛ مما يدعم مقومات التواصل المنشود مع الآخرين.

٢- ضرورة أن تعكس الممارسات الإدارية للشركة تساوي الجميع في الحقوق والواجبات؛ مما يعزز لديهم الشعور بالعدالة التنظيمية في التعامل والذي ينعكس إيجاباً علي سلوكياتهم تجاه التواصل مع الآخرين.

٣- ضرورة نشر ثقافة التواصل مع الآخر بين جميع العاملين بالشركة مع تنمية اتجاهات نفسية إيجابية لترسيخ قيم التواصل مع الآخر، من خلال الاهتمام بتفعيل الحوار والتعبير عن الرأي والاستماع للرأي الأخر واحترامه وقبول الاختلاف؛ لما له من دور فاعل في تدعيم مقومات التواصل مع الآخر.

٤- العمل على إيجاد مناخ يتيح فرص التواصل الاجتماعي لفهم ومعايشة مشاعر وانفعالات الآخرين والتعاطف معهم؛ مما يعمل علي تأكيد وغرس العلاقات الإيجابية بين العاملين التي تساعد على تدعيم مقومات التواصل مع الآخرين.

٥- التوعية ونشر مفاهيم الذكاء الانفعالي ومكوناته علي مستوي جميع العاملين بالشركة وإبراز أهميته في تحقيق التواصل الفعال مع الآخرين؛ وذلك من خلال الندوات الثقافية التوعوية، علي أن يتم الاستعانة فيها بخبراء في التنمية البشرية.

المراجع:**أولاً: المراجع العربية**

- أديب اللحمي وآخرون، **المحيط معجم اللغة العربية** (لبنان: المحيط، ١٩٩٣).
- جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، **لسان العرب**، (دار صادر: بيروت، د ت).
- خالد محمود عبد الوهاب، "محددات قبول الآخر لدي عينة من فئات اجتماعية مختلفة، دراسة استطلاعية"، **مجلة السلوك البيئي**، م ٣، ع ١٤، ٢٠١٥.
- سعد بن بجاد بن مصلح العتيبي، "مصطلح (الآخر)"، بحث مقدم إلي: جامعة الملك سعود، كلية التربية، قسم الثقافة الإسلامية، مسار العقيدة، ٢٠٠٦.
- صالح محمد علي أبو جادو، **علم النفس التربوي**، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤).
- عادل محمد شكري، **التحليل الكمي في المجالات التسويقية**، (القاهرة: مكتبة كلية التجارة جامعة عين شمس، ١٩٩٧).
- قطب مصطفى سانو، في التواصل مع الآخر: معالم وضوابط ووسائل"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر السنوي الثاني: نحن والآخر، الكويت، ٦-٨ مارس لعام ٢٠٠٦.
- محمود خاطر، مختار الصحاح للشيخ الإمام/ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، (القاهرة: المطابع الأميرية، ١٩٩٢).
- ممدوح الشيخ، **ثقافة قبول الآخر**، (القاهرة: مكتبة الإيمان، ٢٠٠٧).

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Bar-On, R., "The Bar-on model of emotional social intelligenc" (ESI) Psicothema, 2006, 18.

- George, J. M., "Emotions and leadership: The role of emotional intelligence, Human Relation, 2000, 53, (6).
- Goleman, D., Working with emotional intelligence, (New York: Bantam Books, 1998).
- Mayer.J.D & Salovey, P., "Emotional intelligence Imagination", Cognition and Personality, 1990.
- Mayer.J.D and others,"Emotional Intelligence and Giftedness", Roeper Review,2001, 23 (3).
- Weisinger, H., Emotional intelligence at work, (San Francisco, Jossey – Bass Publishers, 1998).
- Wu, C., "The Relationship among Leisure Participation, Leisure Satisfaction, and Emotional Intelligence among Elementary School Teachers in Northern Taiwan", PHD, University Incarnate of Word, 2010.

ثالثاً: الإنترنت

- أحمد بن سيف الدين تركستاني، "الحوار مع أصحاب الأديان مشروعيته وشروطه وأدابه، ص ١٠، منشورات موقع الإسلام، علي الرابط التالي:
<http://www.al-islam.com>
- الشركة المصرية للاتصالات، علي الرابط التالي:
<https://te.eg/>
- الهاشمي، محمود منقذ، "التسامح والتعددية"، على الموقع الالكتروني:
http://www.maaber.org/second_issue/perennial_ethics_2.htm
- معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي، متاح علي الربط التالي:
<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>
- سليمان الخراشي، مصطلح الآخر، صيد الفوائد، متاح علي الرابط التالي:
<http://www.saaaid.net/Doat/khojah/24.htm>
- McCluskey, A., "Emotional Intelligence in schools", 2000, Avalibale at:
<http://www.connected.org/learn/school.html>.

