

جامعة محمد بوضياف
المسيلة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة

دور العلاقات العامة في التوعية الصحية
دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية
برج بوعريريج

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في الاتصال و
العلاقات العامة

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالب: حوفاف عبد الكريم

إشراف

الدكتور: عبد المالك صاولي

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على
أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد
وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى
يوم الدين، وبعد ..

فإني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح
لي إنجاز هذا العمل بفضله، فله الحمد
أولاً وآخرأً.

ثم أشكر أولئك الأخيار الذين مدوا لي يدَ
المساعدة، خلال هذه الفترة، وفي مقدمتهم
أستاذي المشرف على الرسالة فضيلة
الأستاذ الدكتور/ . صاولي عبد المالك
الذي لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته
وصبره علينا، فنرجوا أن نكون قد جسدنا
جهده في هذا العمل وله من الله الأجر ومني
كل تقدير حفظه الله ومتّعه بالصحة والعافية
ونفع بعلمه.

ملخص الدراسة :

تعد المؤسسات الصحية من بين المؤسسات الخدمائية التي تنشط فيها إدارة العلاقات العامة وذلك انطلاقاً من تعامل هذه الأخيرة مع مختلف شرائح المجتمع، وعليه تهدف هذه الدراسة التي أجريت بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج والتي تحمل عنوان " دور العلاقات العامة في التوعية الصحية بالمؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج " إلى - التعرف على كيفية عمل إدارة العلاقات العامة ومكانتها داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة مجال الدراسة وكذا مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها ووظيفتها التوعوية محاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاط إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة، إزالة الغموض وتوضيح الصورة وذلك بابرار الدور الحقيقي للعلاقات العامة ومكانتها . وقد اعتمدت في دراستي على المنهج دراسة الحالة ، لأنه يناسب هذا النوع من البحوث، أما عن طريقة اختيار العينة فقد كانت العينة الطبقية العشوائية التناسبية ، وهذا للإجابة على التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة " ما هو دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج ؟ " تدرج تحته أسئلة فرعية هي :

- ما هي أهمية العلاقات العامة بالمؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج ؟
- ما هي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التوعية الصحية بالمؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج ؟
- ما هي العراقيل التي تحول دون تحقيق التوعية الصحية في المؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج ؟

وقد انطلقت الدراسة من فرضية رئيسية مفادها " جهاز العلاقات العامة له دور في التوعية الصحية لدى جماهير المؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج" .

وبعد الدراسة الميدانية وجمع وتحليل البيانات تبين أن جهاز العلاقات العامة لا يسمى باسمه بل مكتب الإعلام والاتصال ، لا يحتل هذا المكتب مكانة مرموقة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى ، لا يقوم بأنشطة متخصصة في الاتصال ، بعيد كل البعد عن نشر التوعية الصحية بين الجماهير لعدم توفر الوسائل الاتصالية اللازمة و النقص الفادح في الميزانية يعتمد على الأساليب والوسائل الاتصالية الفعالة والمناسبة .

عدم إدراك الجمهور الداخلي مفهوم العلاقات العامة . وقد ارتأيت أن أختتم هذه الدراسة بجملة من التوصيات والاقتراحات شق منها للإدارة العليا للمستشفى، والشق الآخر لإدارة العلاقات العامة التي يمثلها مكتب الإعلام والاتصال.

الفصل الأول: الاطار المنهجي للبحث

- 1-1- تحديد الاشكالية
- 1-2- فرضيات الدراسة
- 1-3- اسباب اختيار موضوع الدراسة
- 1-4- اهداف الدراسة
- 1-5- اهمية الدراسة
- 1-6- تحديد مفاهيم الدراسة
- 1-7- الدراسات السابقة
- 1-8- مجالات الدراسة
- 1-9- مجتمع و عينة الدراسة
- 1-10- منهج الدراسة
- 1-11- أدوات جمع البيانات

الفصل الثاني : العلاقات العامة و مفاهيمها

- 1-2- ماهية العلاقات العامة
- 1-1-2- تعريف العلاقات العامة و خصائصها
- 2-1-2- أسس و مبادئ العلاقات العامة
- 3-1-2- وظائف العلاقات العامة
- 4-1-2- اهداف العلاقات العامة
- 5-1-2- اهمية العلاقات العامة
- 2-2- العلاقات العامة كإدارة داخل المؤسسة
- 3-2- وسائل الاتصال في العلاقات العامة
- 4-2- جمهور العلاقات العامة
- 5-2- العلاقات العامة كإدارة في المؤسسة

الفصل الثالث : العلاقات العامة في المؤسسة الصحية

- 1-3- مفهوم المؤسسة الصحية
- 2-3- انواع المؤسسات الصحية
- 3-3- وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية
- 4-3- الواقع الحالي لوظيفة العلاقات العامة في المستشفيات

5-3- واقع و آفاق العلاقات العامة في المستشفيات الجزائرية
الفصل الرابع تحليل و تفسير و مناقشة نتائج الدراسة

4-1- تحليل البيانات و تفسيرها و التعليق عليها

4-2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

4-3- نتائج الدراسة في ضوء الاهداف

4-4- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

4-5- التوصيات و الاقتراحات

خاتمة

قائمة المراجع

ملاحق

يعتبر ميدان العلاقات العامة من الميادين المعاصرة التي ظهرت في صورها الجلية مع بداية القرن 20 على الرغم من قدمها ورجوع تاريخها إلى العصور الغابرة، إذ قام الإنسان البدائي بعدة أنشطة قصد تحقيق التفاهم والتكيف مع الآخرين عن طريق وسائل الاتصال البدائية. ومع تطور الزمن واتساع رقعة النشاطات وكثرة الممارسات الاجتماعية وتعقدتها سيما تلك الأنشطة المنجزة في اطر تنظيمية كالمؤسسات والهيئات والمنظمات على اختلاف أنواعها و مجالاتها، من هنا ظهرت الحاجة الملحة إلى العلاقات العامة كوظيفة حساسة وجوهرية في جوانب نشاط هذه المؤسسات وهذا أصبح للعلاقات العامة أهمية بالغة في النظم الإدارية وأصبحت المؤسسة العصرية لا تستطيع الاستغناء عنها بحيث تسند إليها ادوار حيوية تتعلق بإبراز الصورة المشرقة للمؤسسة وما تقدمه من خدمات وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها، إذ أن العلاقات العامة كفيلة بفتح قنوات اتصالية دائمة تساهم في بناء جسور علاقات متينة مفعمة بالثقة والتفاهم المشترك المبني على أساس الشرح والتفسير والإقناع لا المراوغة والذي يحقق استجابة ومنه تكوين سمعة طيبة وصورة حسنة في أذهان الجماهير المستهدفة، فالعلاقات العامة ليست مجرد إعلام الناس بالحقائق ولا مجرد الدعاية للإعلان عن فكرة معينة أو الترويج لها لكنها نوع من السياسة أو السلوك يتوخى فيه الإنسان المنفعة الذاتية مع ضرورة مراعاة مصالح الغير، من أجل ذلك يسلك سلوكا معيناً في العمل أولاً وفي المعاملة مع الجمهور ثانياً. و تتضح أهمية العلاقات العامة في وقتنا الراهن على النظام العالمي فقد ظهرت المؤسسات العلمية المتخصصة في العلاقات العامة كما أصبحت تدرس في الجامعات كتخصص علمي هام.

وفي هذا الإطار سعت هذه الدراسة إلى التركيز على قطاع هام وحساس ألا وهو قطاع الصحة وهذا قصد الوصول إلى معرفة دور العلاقات العامة في التوعية الصحية ومعرفة ما إذا كانت مؤسساته وهيئاته المختلفة تطبق هذا النشاط في أنشطتها وأعمالها، و هو الهدف الأساسي المرجو من خلال هذا البحث الذي احتوى على جانبين جانب نظري وآخر تطبيقي حيث قسم الفصل النظري إلى ثلاثة فصول الفصل الأول: تناول الإطار المنهجي للدراسة من خلال طرح الإشكالية حول الموضوع وفرضياته كما يتبين في هذا الفصل سبب اختياري لهذا الموضوع وأهميته وأهدافه بالإضافة إلى الدراسات السابقة وتحديد المفاهيم والمصطلحات و مجالات الدراسة و معرفة مجتمع و عينة الدراسة و المنهج المستخدم في الدراسة اضافة الى أدوات جمع البيانات ،الفصل الثاني:

مقدمة

سيتناول العلاقات العامة من حيث التعريف بها وبخصائصها والأسس والمبادئ التي تقوم عليها وكذا وظائفها والأهداف التي تسعى إليها كما نقف الإدارة العامة داخل المؤسسة بالإضافة إلى الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف إدارة العلاقات العامة وأخيرا نتطرق إلى جمهور هذه الأخيرة، أما الفصل الثالث: سيتناول إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية من خلال التعريف بالمؤسسة الصحية وكذا نحاول التعرف على مدى انتشار وظيفة العلاقات العامة في هذه المؤسسة وكذا مستقبل العلاقات العامة كوظيفة في المستشفيات الجزائرية. لنصل أخيرا إلى الجانب التطبيقي: فيتناول الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من حيث تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات، نتائج الدراسة في ضوء الأهداف، نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة وبعدها نتطرق إلى التوصيات و الاقتراحات .

الفصل الاول

1-1- تحديد الإشكالية :

مع زيادة عدد المؤسسات و تنوع انشطتها ، ازدادت الجماهير التي تتفاعل معها ، مما دفع مختلف هذه المؤسسات الى ضرورة تفعيل إتصال دائم يبقي على التفاعل مع جماهيرها و هو ما يعرف بالعلاقات العامة التي تعمل على خلق جو من التكيف و التفاهم بين المؤسسة و جمهورها وفق تخطيط علمي مدروس ، و تعتبر العلاقات العامة جهاز اداري متميز يساعد على المحافظة على خطوط الإتصال و الفهم و القبول و التعاون بين المنظمات و جمهورها .

و خلال العقود الثلاثة الاخيرة من هذا القرن باتت العلاقات العامة نشاط تتزايد فعاليته و اهميته كوظيفة ادارية تسهم بنجاح المؤسسات و المنظمات التي تقدم خدمات من أخصب المجالات التي تنشط فيها إدارة العلاقات العامة و من بينها المؤسسات الصحية الاستشفائية و التي هي في امس الحاجة اليها في التعامل مع المرضى و مع ذويهم و الاطباء و الممرضين و الاداريين فالمستشفى كغيره من المؤسسات يقدم خدمات للمواطنين فهو يحتاج لاجراء اتصالات معهم لتوعيتهم و اعلامهم بأهدافه و منجزاته .

تعتبر الجزائر من الدول التي اولت اهتمامها لادارة العلاقات العامة لاجل النهوض بمؤسساتها ، و لكن لا نستطيع القول ان المؤسسات الاستشفائية الجزائرية تطبق فعليا العلاقات العامة في مجال التوعية الصحية و الاعلام الصحي ، و تعطي لها مكانة هامة في هيكلها التنظيمي .

و عليه فإذا كان دور العلاقات العامة في المؤسسة هو الحاجة الماسة للتعريف بالمؤسسة للمجتمع و لعب دور الوسيط بينهما يبرز التساؤل الرئيسي الذي يحدد مسار الدراسة :

- ما هو دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي بالمؤسسات الاستشفائية برج بوعريريج ؟

و تدرج تحته اسئلة فرعية جاءت كالآتي :

- ما هي اهمية العلاقات العامة بالمؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج ؟
- ما هي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التوعية الصحية بالمؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج ؟
- ما هي العراقيل التي تحول دون تحقيق التوعية الصحية في المؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج ؟

1-2- فرضيات الدراسة :

للإجابة على تساؤلات الدراسة صغنا فرضيات كما يلي :

الفرضية الرئيسية :

- جهاز العلاقات العامة له دور في التوعية الصحية لدى جماهير المؤسسة الاستشفائية برج بوعرييرج .

و تندرج تحتها فرضيات فرعية :

- للعلاقات العامة أهمية كبيرة داخل المؤسسة الاستشفائية برج بوعرييرج .
- يركز جهاز العلاقات العامة على وسائل إتصالية عديدة في نشر التوعية الصحية بالمؤسسة الاستشفائية برج بوعرييرج .
- لا توجد عراقيل تحول دون نشر الوعي الصحي في المؤسسة الاستشفائية برج بوعرييرج .

1-3- اسباب إختيار الموضوع :

مما لا ريب فيه أن كل دراسة علمية تخضع لأسباب عدة موضوعية كانت او ذاتية فالعلاقات العامة أصبحت الشريان الذي يصل المؤسسة بجمهورها ، ومن الاسباب التي دفعتني لدراسة هذا الموضوع المتعلق بالعلاقات العامة في التوعية الصحية نقاط احصرها في ما يلي :

1-3-1- اسباب ذاتية :

هناك إهتمام شخصي بالبحث في مجال العلاقات العامة و دورها في التوعية خاصة في المؤسسات الصحية هذه الاخيرة من المؤسسات الأكثر صلة بمختلف شرائح المجتمع و لكونها خدماتية بالدرجة الأولى .

و من جهة نظري الشخصية أيضا ، يمكن إعتبار هذا الموضوع على درجة من الحداثة ذلك لحداثة العلاقات العامة كوظيفة إدارية .

1-3-2- اسباب موضوعية :

- دراسة هذا الموضوع تدخل ضمن تخصصي - العلاقات العامة - لذا يكون من الموضوعي أن أختار دراسة تتماشى و هذا التخصص .
- الأهمية العلمية و العملية لمعرفة الإهتمام الذي تختص به العلاقات العامة في الوقت الراهن .
- إبراز دور و مكانة جهاز العلاقات العامة في التوعية الصحية .

1-4-4-اهداف الدراسة : ان اي بحث علمي له أهداف يسعى للوصول اليها بحكم وجود مشكلة تتعلق بموضوع معين ، و من هذا المنطلق حصرت أهداف الدراسة في النقاط التالية :

- التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن المؤسسة الاستشفائية و الدور الذي تقوم به في التوعية الصحية و الاعلام الصحي .
- التعرف على الاساليب و الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها .
- محاولة تشخيص العراقيل التي تواجه العلاقات العامة كجهاز داخل المؤسسة الاستشفائية .
- ان يكون للعلاقات العامة رؤية علمية و منهجية في كيفية نشر التوعية الصحية داخل المؤسسات الاستشفائية .

1-5- أهمية البحث :

تأتي أهمية هذا البحث اذا تأملنا مشكلة البحث ان إدارة العلاقات العامة تلعب دور الوسيط الاتصالي للمؤسسة و جمهورها و تلبية رغبات و حاجات الجمهور الداخلي و الخارجي للمؤسسة الاستشفائية و تبرز أهمية جهاز العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية من خلال نشر التوعية الصحية التي تقدمها لأفراد المجتمع .

1-6-6- تحديد مفاهيم الدراسة : إن ضبط المصطلحات الواردة في عنوان الدراسة و متغيراتها ضروري لرفع الالتباس الذي يحدث مع غيرها من المفاهيم المشابهة ، و نتطرق في دراستنا هذه الى تحديد مجموعة من المفاهيم التي تعد أساسية :

1-6-1- العلاقات العامة :

العلاقة لغة : العلاقة بالفتح ،اي شئ يتعلق به احدهما على الآخر و الجمع علائق.

العلاقة لغة : هي خلاف الخاصة¹

العلاقات العامة اصطلاحاً :

الجهد المنظم الذي تبذله المؤسسة بهدف تحقيق الإدماج مع المجتمع الذي توجد فيه و لا يتحقق ذلك الاندماج الا بتكليف المؤسسة نفسها مع اهداف المجتمع و إحتياجاته و معاييرها بما يقتضي نوع من الاتصال بين المؤسسة و جماهيرها²

التعريف الاجرائي : الجهود الاتصالية الادارية الذي يبذلها مكتب الاعلام و الاتصال في المؤسسة موضوع الدراسة و الهادفة الى التوعية الصحية و بناء علاقة متبادلة بين المؤسسة و جمهورها الداخلي و الخارجي .

1-6-2- تعريف المؤسسة الصحية : عرفتها الهيئة الامريكية للمستشفيات بأنها مؤسسة تحتوي على جهاز طبي منظم يتمتع بتسهيلات طبية دائمة تشمل اسرة و خدمات طبية³

اما "روك " و "والتون" فقد عرف المؤسسة الصحية على انها مجموعة من التخصصات و المهارات و المهن الطبية و غير الطبية و مجموعة من الخدمات و الادوية و المواد التي تنظم نمط معين بهدف خدمة المرضى الحاليين و المرتقبين و اشباع حاجاتهم و من ثم استمرار المؤسسة في النمو⁴

و يمكن في ضوء هذه التعريفات القول ان المؤسسة الصحية هي مؤسسات ذات طابع خدماتي توفر الرعاية للمواطنين هدفها إنساني ، و هي عمومية ملك للدولة او خاصة يمتلكها الخواص

و كتعريف اجرائي للمؤسسة الصحية يمكن صياغتها كالاتي :

المؤسسة العمومية الاستشفائية في مؤسسة ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، تتكون من هيكل للتشخيص و العلاج و الاستشفاء و اعادة التأهيل الطبي .

¹ <http://storage/emulated/o/.dataviz/temp/attachement/www.google.Com>

² عبد الحكيم خليل مصطفى ،العلاقات العامة بين المفهوم النظري و التطبيق العملي ،ط1 ،الجيزة : الدار العلمية للنشر و التوزيع ،2009، ص 46.

³ ذياب صلاح محمد ،ادارة المستشفيات و المراكز الصحية الحديثة ، دار الفكر عمان ،ط1، 2009 ، ص 33 .

⁴ ذياب صلاح محمد ،ادارة المستشفيات و المراكز الصحية الحديثة المرجع نفسه ، ص 32.

1-6-3- الاتصال :

عرف الاتصال على انه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي و مرسل الرسالة كائنات حية او بشرية ،او الات في مضامين اجتماعية معينة ، و في هذا التفاعل يتم نقل افكار و معلومات -منبهات – بين الافراد عن قضية معينة فالالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات الذهنية و الاراء

يتضح لنا من خلال هذا التعريف ان الاتصال عملية تتم بين طرفين اساسها تبادل المعاني و الافكار كما تعرفه جمعية إدارة الاعمال الامريكية اي سلوك ينتج عنه تبادل المعنى

و تعرفه الجمعية القومية لدراسة الاتصال : انه تبادل للحقائق او الافكار او الاراء او الاحاسيس ، مما يتطلب عرضا و استقبالا يؤدي الى التفاهم المشترك بين كافة الاطراف ، بصرف النظر عن وجود انسجام ضمني¹

و يعرف الاتصال في العلاقات العامة : تلك العملية الهادفة الى نقل و تبادل المعلومات بين طرفي الاتصال داخل التنظيم او خارجه باستخدام وسيلة او وسائل معينة ، و من خلال اطار موقفي يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل و التفاهم المتبادل نحو تحقيق الاهداف

1-6-4- التوعية الصحية:

هي عملية إعلامية هدفها حث الناس على تبني نمط حياة وممارسات صحية سليمة من أجل رفع المستوى الصحي للمجتمع والحد من إنتشار الامراض و التثقيف الصحي يحقق هذا الهدف بنشر المفاهيم الصحية السلبية للمجتمع ، وتعريف الناس بأخطار الامراض وإرشادهم الى وسائل الوقاية منها ، ويستعان على ذلك بوسائل مختلفة.²

1-7- الدراسات السابقة :

للدراسات السابقة دور هام جدا في البحث العلمي ، بحيث ان هذا الاخير يستمد فروضه وتساؤلاته من نتائج الجهود العلمية السابقة ، فمن الضروري مراجعة البحوث والدراسات السابقة التي تمس الموضوع -مباشرة او غير مباشرة -و كانت حصيلة هذه الدراسات السابقة على النحو التالي :

¹ محمد مصطفى احمد ، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة ، دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ، ط1 ، 1988 ، ص 81.

² <http://ar.alwaaye.com> www.google.com

1-7-1 الدراسة الأولى : سمية أحمد عمر حسين كلية الآداب قسم علوم الاتصال بجامعة افريقيا العالمية بعنوان دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي دراسة حالة على مرض الايدز بالتطبيق على وزارة الصحة الاتحادية في الفترة الممتدة من (2010-2011 م)

و هدفت هذه الدراسة الى الاتي :

- 1- تفعيل وظيفة العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي .
- 2- محاولة لفت انظار المسؤولين بخطر مرض الايدز حتى لا ينتشر .
- 3- دور العلاقات العامة في القاء الضوء على انتشار هذا المرض .
- 4- دور الوزارة في الحد من المرض .

و استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، و خرجت بالعديد من النتائج و من اهمها :

- 1- ان العلاقات العامة داخل الوزارة تجد الاستجابة من قبل الادارة العليا في كافة المتطلبات
- 2- ان التعاون في قسم العلاقات العامة مع المنظمات الخارجية يتم عن طريق الخطابات و الاتصال المباشر و اقامة الندوات لتنفيذ الحملات .
- 3- تقوم ادارة العلاقات العامة بالحملات الاعلامية في اثناء الازمات بصفة عامة .
- 4- لاحظنا ان هناك تداخل للانشطة بين العلاقات العامة و الاعلام .

و اوصت الدراسة بالاتي :

- 1- توفير الاجهزة التي تطور و ترفع من العمل و تقدمه بصورة جيدة .
- 2- وظيفة العلاقات العامة يجب ان تكون من ذوي تخصص علاقات عامة و اعلام .
- 3- توفير الدعم اللازم لانشطة العلاقات العامة في مجال الحملات لتنفيذ برامج العلاقات العامة .
- 4- مراعاة العادات و التقاليد و التعاليم الدينية عند اطلاق حملات نشر الوعي الصحي .

1-7-2 الدراسة الثانية :

رسالة ماجستير بعنوان " العلاقات العامة في المؤسسات الصحية " دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الامارات العربية المتحدة، إعداد محمد قيراط ، 1996.

مشكلة الدراسة تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع العلاقات العامة في وزارة الصحة (ابو ظبي -دبي) و المؤسسات الصحية التابعة لها (المستشفيات و المراكز الصحية) و تحاول الدراسة ان تحدد مكانة العلاقات العامة في واقع الممارسة عند مسؤولي و موظفي اقسام

العلاقات العامة و عند المشرفين في وزارة الصحة ، كما تحاول الدراسة ان تحدد النموذج الذي ينسجم مع ممارسات العلاقات العامة في وزارة الصحة ، و تكشف الى اي مدى استطاعت العلاقات العامة ان تواكب التطور الكبير في البنية التحتية الذي شهدته دولة الامارات في فترة وجيزة

و تنطلق هذه الدراسة اساسا من ان العلاقات العامة هي ادارة الاتصال بين المؤسسة و جماهيرها و تعتمد مقاربتها منهجية و تحليل النتائج على نماذج HUNT و GRINING للعلاقات العامة .

و تحاول هذه الدراسة الاجابة على الاسئلة التالية :

- ما هو موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة ؟
- ماهي المهام و الصلاحيات الموكلة الى العلاقات العامة ؟
- ما هي درجة الرضا عن العمل لدى المسؤولين عن العلاقات العامة ؟
- هل تقوم ادارة العلاقات العامة بالتخطيط الاستراتيجي و المساهمة في صنع القرار ؟
- هل تقوم ادارة العلاقات العامة بابحاث و دراسات و اعداد تقارير للادارة العليا ؟
- ما هي الاجراءات التي يجب اتخاذها للنهوض باقسام العلاقات العامة حسب المشرفين عليها ؟

و تتمثل فرضيات هذه الدراسة في ما يلي :

- ف1 : ينحصر دور العلاقات العامة في التعامل مع وسائل الاعلام و ضمان الدعاية و الاخبار و المعلومات الايجابية عن المنظمة .
- ف2: تتميز عملية الاتصال بسيولة الاخبار و المعلومات في اتجاه واحد فقط ، و يكون عموديا من المنظمة الى الجمهور .
- ف3: تلعب العلاقات العامة بوزارة الصحة دورا محدودا جدا في توفير المعطيات و البيانات اللازمة لصناعة القرار .
- ف4: العلاقات العامة ليست طرفا هاما و فاعلا في عملية التخطيط الاستراتيجي .

منهج الدراسة : اعتمد الباحث في دراسته منهج دراسة الحالة و منهج المسح بالنسبة لدراسة الحالة فقد عايش الباحث (الملاحظة بالمشاركة) ادارة العلاقات العامة بوزارة

الصحة بابو ظبي لمدة ومنية تفوق العامين ، حيث كان يلاحظ عملهم اليومي و ممارستهم الميدانية للعلاقات العامة .

اما بالنسبة لمنهج المسح فقد استعمل الباحث استمارة اشتملت على 30 سؤال ، وزعت على مجتمع الدراسة و المتكون من المسؤولين و الموظفين .

نتائج الدراسة : اكدت نتائج الدراسة ان مفهوم العلاقات العامة في وزارة الصحة مزال محدود جدا ينحصر في المؤتمرات و القيام بإجراءات التأشيرات و حجوزات الفنادق و بعض الاتصالات و التنسيق مع وسائل الاعلام ، بمعنى اخر ان جهاز العلاقات العامة بوزارة الصحة لم يخرج بعد من حيز نموذج الدعاية الاجابية و الاعلام الايجابي للمنظمة .

تشير النتائج الى الدور المحدود للعلاقات العامة في البحث و التخطيط و المساهمة في اتخاذ القرار نظرا للمكانة الضعيفة لأقسام العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة .
عدم اقناع المسؤولين بدور العلاقات العامة في المؤسسات .

1-7-3 الدراسة الثالثة :

حامد تاج السر محمد الامين و اخرون ، جامعة ام درمان الاسلامية كلية الاعلام قسم العلاقات العامة و الاعلان عام (2009م) بعنوان دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي بالامراض المستعصية

و هدفت الدراسة الى :

- 1- تعزيز دور العلاقات العامة في التوعية الصحية .
- 2- محاولة لفت انظار المسؤولين لخطر مرض السرطان .

و استخدمت الدراسة المنهج المسحي .

و خرجت الدراسة بالعديد من النتائج من اهمها الاتي :

- 1- توصل الباحثون ان العلاقات العامة في وزارة الصحة الاتحادية بختصر في مراسيم و ليس لها اي دور في نشر الوعي الصحي .
- 2- اكتشف الباحثون ان وزارة الصحة في ولاية الخرطوم تلعب جهودها في الحد من مرض واحد على مدار السنة .
- 3- من خلال دراسنا الميدانية وجدنا ان اكثر انواع السرطانات انتشارا هو سرطان الثدي .

4- توصبنا ان مرض السرطان يزداد يوماً بعد يوم في السودان بصورة رهيبية .

و اوصت الدراسة :

✓ ان يتم توفير كوادر متخصصة للعلاقات العامة و يهيأ لها المناخ لاداء كافة الانشطة و المهام المتعلقة بهم .

✓ على وزارة الصحة ان تعدل استراتيجيتها التركيز على مرض واحد ليشمل أكثر من مرض .

✓ ان يركز المسؤولون بدعم الدراسات عن السرطان خصوصاً لانتشاره الواسع بالسودان.

1-7-4 الدراسة الرابعة :

أجريت هذه الدراسة من طرف الباحث محمد سعد السريع استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام تحت عنوان : الادوار المؤسسة و الانشطة للعلاقات العامة في المستشفيات الحكومية و الخاصة -دراسة ميدانية -لمديري العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية و كان ذلك بجامعة الملك سعود بالمملكة العربية السعودية ، قسم الاعلام علاقات عامة ، 2002 م.

مشكلة الدراسة و اهدافها :

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على واقع العلاقات العامة بالمستشفيات الحكومية و الخاصة في المملكة العربية السعودية من حيث :

- ادوار المؤسسة .
- الانشطة التي تقوم بها العلاقات العامة .
- الفروق بين المستشفيات الحكومية و الخاصة تبعاً لادوار و انشطة المؤسسة .
- الاهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها .

نوع الدراسة و منهجها :

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالمسح الشامل لمجتمع البحث حيث شمل كافة المؤسسات الحكومية و الخاصة بالمملكة العربية السعودية ، و تم اختيار عينة من تلك المستشفيات بطريقة عشوائية منتظمة بلغ عددها (295) مستشفى منها (150) مستشفى خاص .

و قد تم تصميم استبانة تقيس المتغيرات السابقة ، كما استخدم الباحث المسح الميداني لمستشفيات القطاع العام و الخاص .

نتائج الدراسة :

و قد توصل الباحث الى النتائج التالية :

- ان دور النشر هو الدور الغالب تطبيقه في المستشفيات الحكومية و الخاصة .
- ان نشاط استقبال الوفود هو النشاط الاكثر تداولاً في المستشفيات الحكومية و الخاصة .
- جاء هدف تحسين صورة المؤسسة للجمهور الخارجي و كسب ثقته كأول الاهداف التي تسعى ادارة العلاقات العامة لتحقيقه يليه هدف التعرف على جماهير المرضى و اطباء و مساعديهم .
- اتضح وجود فروق جوهرية بين المستشفيات الحكومية و الخاصة كتفهم الادارة العليا في المستشفيات الخاصة لدور الاعلان و اهميته و الاعتماد عليه لجذب المستفيدين و ادراك اهمية الانشطة الاجتماعية في تحسين سمعة المؤسسة.

1-7-5 الدراسة الخامسة: دراسة نبيلة بوخبزة 1997 بعنوان " الإتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر " تطرقت الدراسة إلى جهود الحكومة في الميدان الصحي ، وتم تقسيم السياسة الإجتماعية الصحية في الجزائر إلى عدة عوامل : أولها المرحلة الإنتقالية بعد الإستقلال مباشرة ، ومرحلة المخططات التنموية 1965- 1979 : حيث تميزت السياسة الإجتماعية في هذه المرحلة حسب الدراسة بإنطلاق خطط تنموية ، و تكثيف الإستثمار في الموارد البشرية و المالية ، و العمل على إقامة سياسة حكومية لصالح الصحة ، و تبعاً لهذه السياسة شرعت السلطات بتنفيذ أ ولى المخططات التنموية .

مرحلة التقييم و الإصلاحات 1980 – 1990 ، حيث تميزت هذه المرحلة بإصلاح القطاع الصحي ، إذ لعبت الحكومة آنذاك دوراً بارزاً في سبيل هذا القطاع . و تطرقت الدراسة أيضاً إلى أهم البرامج الوطنية التي تم تحقيقها في الميدان الصحي ، حيث تم إستعراض تاريخي لأهم الأعمال التي قامت بها الجزائر في الميدان الصحي ، و تضمنت الدراسة الخمس مشاريع الأساسية للبرنامج الوطني وهم:

- صحة الأم و الطفل .
- البرنامج الموسع للتلقيح .
- برنامج مكافحة السل .

- برنامج مكافحة الإسهال و الإلتهابات التنفسية الحادة .
- التعبئة الإجتماعية . و الدراسة هي دراسة تحليلية وصفية لعينة من البرامج التلفزيونية ، و ذكرت البرامج التلفزيونية التي إستعرضت المسائل الصحية ، و التي بثها التلفزيون الجزائري طيلة السنتين 1993 و 1994 .

و قدمت الباحثة في آخر الدراسة سبع ملاحظات ، أبرز ما جاء فيها ما يلي :

الملاحظة الأولى : تعاني الجزائر كسائر البلدان المتخلفة نقصا فادحا فيما يخص الباحثين و المختصين في ميدان الإتصال الإجتماعي ، و هذا ما ينعكس سلبا على كيفية تطبيق الإتصال في الجزائر .

الملاحظة الثانية : أن جل الرسائل المستعملة في الحملات الإع لامية (الإتصال الإجتماعي) في الجزائر ، تتميز بأنها رسائل ذات بعد واحد ، و هذا يعني أننا نستعمل رسالة واحدة إلى كل شرائح المجتمع ، دون أن نراعي خصائص كل طبقة إجتماعية موجودة في المجتمع ، أي أنها تمس كل الفئات (الشباب ، النساء، العجزة ، الأميين ، المتعلمين ، الأطفال) .

الملاحظة الثالثة : أن اللغة المستعملة في الحملات الإعلامية لم تدرس بصفة دقيقة، كما أنها تعتبر لغة غريبة و بعيدة كل البعد عن اللغة المتداولة في المجتمع، و غير مفهومة و ليست في متناول الجميع ، و أن الجمهور لم يألف هذا النوع من اللغة .

الملاحظة الرابعة : إنعدام المراكز الخاصة بسبر الآراء ، مما يؤدي بالمقرر الجزائري إلى إتخاذ القرارات المهمة في ميدان الإتصال الإجتماعي بدون أن يستشير هذا المركز ، ودون أن يقوم بإستقضاء آراء الجمهور بالقرارات الإجتماعية ، و هذه الوضعية هي التي تدفع الإتصال الإجتماعي إلى الفشل . الملاحظة الخامسة : لابد من إستعمال وسائل إعلامية متعددة ، ف تطبيق الإتصال الإجتماعي في الجزائر يوضح لنا بأننا نقتصر في إستعمالنا إلا لوسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر ، بينما التنوع في إستعمال الوسائل يمكن أن يضمن نجاح الحملة الإعلامية.

الملاحظة السادسة : عدم المتابعة و التقييم لنتائج العملية ، غالبا ما تستثمر الأموال و تبذل الجهود و الوقت لإعداد الحملات الإعلانية و لكن في نهاية العملية لا تقوم بمتابعتها و لا تقييم النتائج.

الملاحظة السابعة : عدم إكتراث السلطات المعنية بالإتصال الإجتماعي ، خاصة الحكومات المتداولة على الحكم ، لم تشهد الجزائر المستقلة تطورا يذكر في الميدان الإعلامي نظرا لعدم إكتراث السلطات المعنية بالمؤسسات الصحفية بالإتصال الإجتماعي بصفة معمقة.

8-1- مجالات الدراسة :

1-8-1 المجال المكاني :

أ) لمحة تاريخية :

تم تدشين المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج بوزيدي لخضر من طرف السيد جمال حوحو و الذي كان عضو اللجنة المركزية ووزير الصحة العمومية و ذلك يوم 29 شعبان 1405هـ الموافق ل 19 ماي 1984م ب 240 سرير .

المؤسسة العمومية الاستشفائية هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري ، تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، وتوضع تحت تصرف الوالي .

ب) لمحة جغرافية :

تعتبر المؤسسة العمومية الاستشفائية بوزيدي لخضر أحد القطاعات الصحية التابعة لمديرية الصحة و السكان لولاية برج بوعريريج الذي يقع في الناحية الجنوبية الغربية للمدينة ، يحده من الشمال حي 17 أكتوبر ومن الجنوب تجزئة 264 ومن الشرق حي المكافحين ومن الغرب تجزئة 471 ، تحت مساحة تقدر ب 70.0000م² حيث 48% من المساحة مبنية و التي تضم 4 بنايات.



الشكل (01) : يوضح الموقع الجغرافي لمستشفى بوزيدي لخضر

ج) لمحة ديموغرافية :

وهي الطاقة الاستيعابية للمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج بوزيدي لخضر والتي تتضمن على 4 بنايات :

✓ **البنية الأولى:**

- **الطابق الأرضي:** مصلحة الاستعدادات الجراحية ب 13 سرير، قسم العمليات الجراحية، الإنعاش (جناح رجال ونساء) ب 12 سرير، تصفية الدم (جناح رجال ونساء) ب 25 سرير، الأشعة، مخبر الاستعدادات.

- **الطابق الأول:** جراحة العظام (جناح رجال ونساء) ب 33 سرير، طب و جراحة العيون (جناح رجال ونساء) ب 06 أسرة، الأذن الأنف والحنجرة (جناح رجال ونساء) ب 10 أسرة.

- **الطابق الثاني:** الجراحة العامة (جناح رجال ونساء) ب 46 سرير، جراحة الأعصاب (جناح رجال ونساء) و جراحة الأطفال ب 14 سرير.

- **الطابق الثالث:** طب الداخلي (جناح رجال ونساء) ب 30 سرير، أمراض القلب (جناح رجال ونساء) ب 30 سرير.

- **الطابق الرابع:** الأمراض الصدرية (جناح رجال ونساء) ب 30 سرير، الأمراض المعدية (جناح رجال ونساء) ب 30 سرير.

✓ **البنية الثانية:** مركز حقن الدم .

✓ **البنية الثالثة:** الإدارة العامة، المخبر المركزي، مخبر تشريح المرضى، مصلحة الطب الشرعي، مصلحة علم الأوبئة، وحدة أمراض الدم.

✓ **البنية الرابعة:** وحدة معالجة داء السرطان، وحدة التدخل السريع.

و أما بالنسبة للمستخدمين فعددهم الإجمالي هو 699 مستخدم مقسمين إلى:

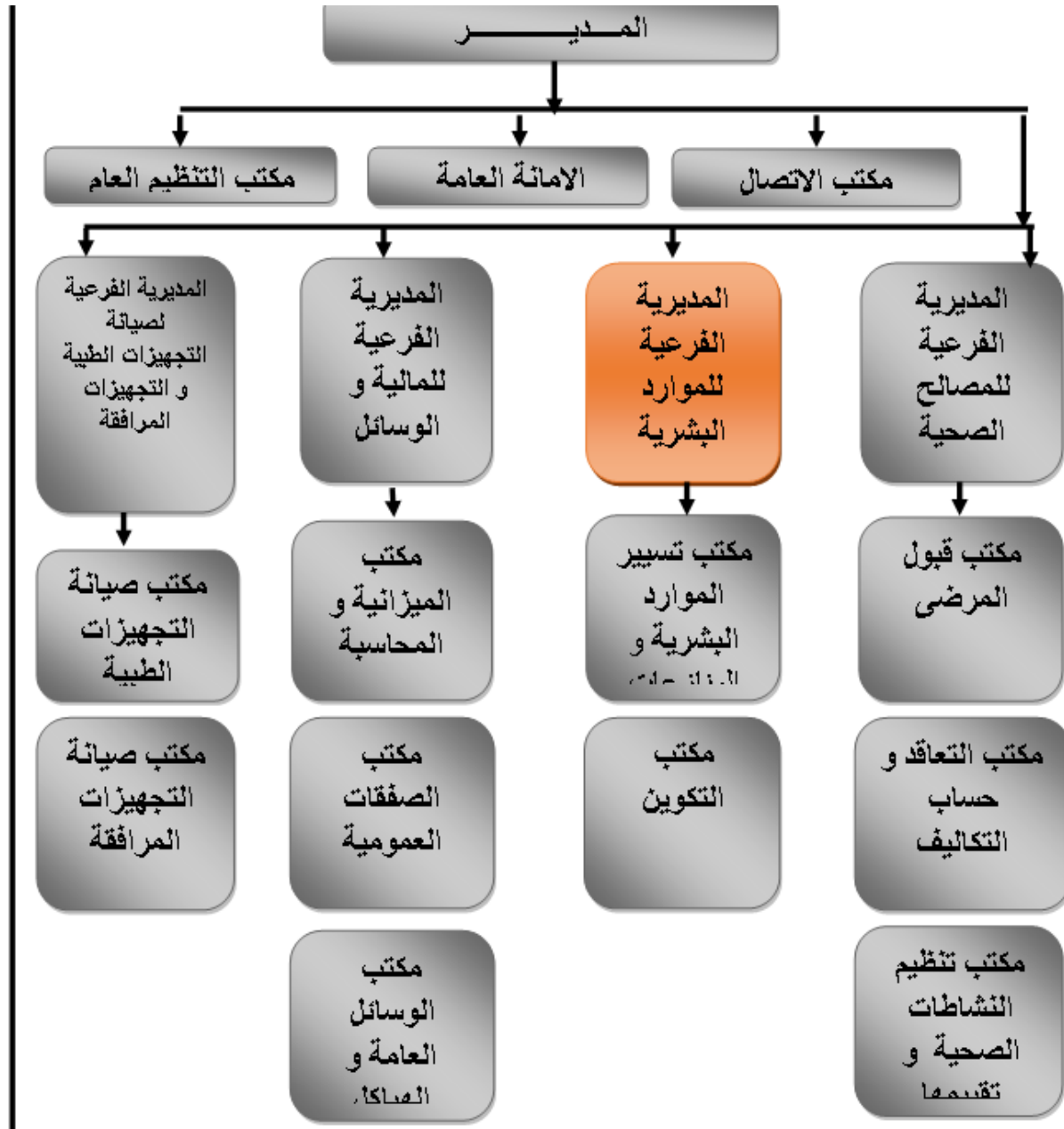
الإداريين 50 مستخدم، والممارسين الطبيين المتخصصين 108 مستخدم، و الأطباء العاميين في الصحة العمومية 56 مستخدم، والسلك الشبه طبي ب 360 ، و المهنيين و سائقي السيارات ب 105 مستخدم .

و الجدول الموالي يمثل العدد الإجمالي للمستخدمين و كيفية توزيعهم حسب السلم

الوظيفي :

المستخدمين	العدد
الإداريين	50
الأطباء المتخصصين	108
الأطباء العامون	56
السياك شبه طبي :	360
العمال المهنيين وسائقي السيارات -	105
المجموع	679

جدول رقم (01): يمثل عدد المستخدمين و العمال الإجمالي لمستشفى برج بوعريبيج



الشكل رقم (02): يوضح الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريبيج

وفقا للهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج تم تقسيم الأعمال كما يلي :

(أ) المديرية العامة :

يتأهها المدير العام و هو المسؤول عن كل شؤون المديرية ، فهو مسؤول عن تسيير القطاع لأنه يملك سلطة الإدارة و كذا اتخاذ القرارات ، ومن أهم الوظائف يقوم بها نذكر:

- تعيين رؤساء المصالح و المكاتب أو عزلهم إذا اقتضى الأمر لذلك.
- تسيير الميزانية الداخلية الخاصة بالمستشفى.
- إنشاء نظام داخلي خاص بالمستشفى.
- الأمر بالصرف فيما يتعلق بالمسائل المالية.

فالمدير هو الذي ينسق و يعطي القرارات و هو الذي يدير الشؤون المالية للمستشفى و يمثلها في الندوات و الاجتماعات سواء في الولاية أو علي مستوى الوزارة فهو المسؤول الذي يتحمل أتعاب ما يحدث في المؤسسة سلبيا كان أو ايجابيا من قبل مسؤوليه.

و يندرج تحت هذه الأخيرة 2 مكاتب هي :

- **مكتب الاتصال :** و هو الناطق الرسمي للمدير الذي يزود الأشخاص بمعلومات تهمهم .
- **مكتب التنظيم العام :** هذا المكتب يقوم بتحرير و متابعة المراسلات التي يبعث بها شخص ما للمدير ، كما يقوم بالتنسيق بين المدير و النواب .

(ب) المديرية الفرعية للمصالح الصحية :

تنقسم هذه المديرية إلى :

- **مكتب القبول :** و هو الذي يحدد تنظيم و سير مكتب الدخول و يضم ما يلي :
- **مكتب الاستقبال و التوجيه و القبول :** يتمثل هذا المكتب في توجيه المرضى و يكون مكانه في قاعة الاستعجال حيث يكون قريب من مختلف المصالح و معرفة نوعية الخدمة التي يحتاجها المريض من علاج أو أشعة أو تعابير و هناك عدة إجراءات يقوم بها المكتب حسب كل حالة .

- **مكتب الحالة المدنية :** يتمثل دوره حسب المؤسسة في تسجيل حالات الوفيات .
- **مكتب حركة المرضى و الإحصائيات :** يتكفل هذا المكتب بمتابعة حركة سكان المرضى الاستشفائيين يوميا ، ويتم معرفة إحصائيات المرضى اليومية لإعداد الحصيلة الشهرية و حصيلة الوفيات الشهرية حسب الحاجة و جدول التحويلات داخل و خارج المستشفى .
- **الأرشيف :** يتولى مسك و أرشفة مختلف الملفات الإدارية و تكون دائما الخاصة بمصالح المؤسسة و الملفات الطبية الخاصة بالمرضى .

- **مكتب حساب التكاليف و التقاعد** : تتجلى وظيفته في حساب تكاليف الاستشفاء على بطاقة المحولة و حسب التشخيص الذي قام به و حسب المصلحة.

- **مكتب تنظيم النشاطات الصحية و متابعتها** : يقوم هذا المكتب بإعداد التقارير و مختلف الإحصائيات الخاصة بنشاط كل مصلحة و حركة المرضى و معرفة وضعية و عدد المرضى و الأسرة المتوفرة في كل مصلحة و ذلك لتقديها إلى مديرية الصحة و كذلك الوزارة عن الحاجة إليها

ج) المديرية الفرعية للموارد البشرية :

تعد المديرية الفرعية للموارد البشرية إحدى المديريات التابعة للتنظيم الداخلي للمؤسسة، ويشرف عليها مدير فرعي يعين بقرار وزاري من الوزير المكلف بالصحة .

تتكفل المديرية الفرعية للموارد البشرية بتنظيم الموارد البشرية و تسييرها على مستوى المؤسسة عن طريق وضع المخطط السنوي لتسيير الموارد البشرية ، و يشرف على عملية التوظيف ، إعداد محاضر التنصيب و إعداد جدول الترقية في الرتب و الدرجة ، إعداد المقررات ، النقل ، الترسيم ، الترقية ، التحويل ، الانتداب ، الإحالة على الاستيداع ، الخدمة الوطنية ، الإحالة على التقاعد كما ينصب اللجان المتساوية الأعضاء و يعقد اجتماعاتهم و يضم أيضا :

- **مكتب التكوين** : يكون الموظفين قصد تحسين مستواهم الوظيفي .
- **مكتب تسيير الموارد البشرية و المنازعات** : تسيير المسار المهني للموظفين كما يمثل المؤسسة أمام القضايا الخارجية .

د) المديرية الفرعية للمالية و الوسائل :

تعد المديرية الفرعية للمالية و الوسائل إحدى المديريات التابعة للتنظيم الداخلي للمؤسسة و يشرف عليها مدير فرعي وتضم هذه المديرية :

- **مكتب الميزانية و المحاسبة** : تقوم هذه المصلحة بالتسيير الإداري للعمليات الاقتصادية حيث تقوم بما يلي:

التقديرات لكل العمليات ، العقود التجارية ، سجلات المحاسبة ، سجلات الجرد ، سجلات المستهلكات ، مصلحة المحاسبة و يتمثل دور المحاسبة في تسجيل كل دخول أو خروج خاص بمستلزمات القطاع الصحي و كيفية تقسيمه ، حيث أن كل عملية تجري يجب تقييدها في سجلات يومية ، كما تشمل الفواتير الخاصة التي تسجل و توقع من طرف مدير المصالح الاقتصادية.

- مكتب الصفقات العمومية : قبل كل شيء هناك تقديرات تبعث إلى الوزارة لتزويدها بالاعتمادات اللازمة لضمان السير الحسن للمؤسسة على أساس هذه الاعتمادات حسب كل مادة تنفذ احتياجات المؤسسة ، فان الصفقات عقود مكتوبة تبرم بين متعاملين اقتصاديين وفق الشروط المنصوص عليها في مجال الأشغال و اللوازم و الخدمات و الدراسات، حيث قبل الشروع في أي عمل أو إجراء معين لاقتناء الاحتياجات تقوم المؤسسة العمومية الاستشفائية بتحديد احتياجات كل مصلحة وبعد ذلك تحديد الاحتياجات العامة حسب تجانسها من نفس الطبيعة وإلا تجزئتها إلى حصص حسب الطبيعة

- مكتب الهياكل و الوسائل : كل ما يتعلق بالهياكل و الوسائل التابعة للمؤسسة
 (ه) المديرية الفرعية للتجهيزات الطبية و التجهيزات الملحقة :

تقوم هذه المديرية بمختلف النشاطات و التدخلات التي تسمح بالمحافظة على التجهيزات الطبية و صيانتها من أجل ضمان خدمات محددة حيث تهدف المديرية إلى تمديد من حياة العتاد الطبي ، التقليل قدر الإمكان من تكاليف التسيير ، الزيادة في نوعية الخدمات المقدمة للمستعمل ، التقليل من الأخطار و ضمان الحماية (الأمراض الاستثنائية ، الحوادث) .

تنقسم صيانة التجهيزات الطبية و التجهيزات المرافقة إلى مكتبين :

- مكتب صيانة التجهيزات الطبية : تعمل على الحرص في السير الحسن للعتاد الطبي من أجل تفادي عطبه

- مكتب صيانة التجهيزات المرافقة : صيانة التجهيزات المرافقة كالتبريد و المولد الكهربائي و المطابخ و غيرها

- حيث يقوم بضمان هذه المصلحة فريق تقني تابع للمديرية الفرعية للتجهيزات الطبية و التجهيزات الملحقة أو عن طريق الصيانة الخارجية و هذا نظرا إلى عدم قدرة الفريق الداخلي للمؤسسة لضمان هذه الأخيرة وهذا سواء عن طريق اتفاقيات المبرمة أو عن طريق وصولات طلب استعجاليه

1-8-2 المجال الزمني :

في الفترة من (2021 الى 2022 م) بالتطبيق على المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج .

1-9 مجتمع الدراسة و عينة البحث :

1-9-1 – مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة ، و هو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه .¹

ويعتبر مجتمع البحث جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها ، فقد يكون مجموعة من الأشخاص إذا كان موضوع البحث عن الأشخاص مثلما هو الحال في بحثنا هذا ، أو قد يكون مجتمع الدراسة هو جميع الأعداد من صحيفة معينة ، أو جميع البرامج الإذاعية و التلفزيونية و الافلام إذا كان تحليل للمضمون . و يتمثل مجتمع هذه الدراسة في العاملين في إدارة المؤسسة العمومية الإستشفائية برج بوعريريج و البالغ عددهم 679 موظف موزعين على مصالح وأقسام المستشفى، حيث يمثلون الجمهور الداخلي للمؤسسة و يمكن معرفة دور و اهمية العلاقات العامة في التوعية الصحية انطلاقا من معرفة وضعية العلاقات العامة الداخلية خصوصا انا الجمهور الداخلي المتمثل في الموظفين اكثر حصرا مقارنة بالجمهور الخارجي .

2-9-1 - عينة البحث :

تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام و الإتصال ، لأن الباحث يعتمد في إجراء دراسته على إختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا ، وتعرف العينة على أنها جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته². كما أن العينة هي من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ، متكافئ على المجتمع الأصلي و يمكن تعميم نتائجها عليه³. ومن خلال دراستنا و المدة الزمنية المتاحة لإنجاز مثل هكذا بحوث تحتم علينا اختيار عينة تتماشى وهذه المدة وكذا الجهود، المبذولة بما يتماشى مع متطلبات دراستنا فقد يتم توظيف عينة من أنواع العينات بدل من الحصر الشامل لمجتمع الدراسة ككل، وعليه فقد وقع اختيارنا على أحد أنواع العينات العشوائية وهي عينة عشوائية منتظمة طبقية تناسبية وقد كان هذا الاختيار بناء على مبررات وهي :- ملائمة العينة الطبقية العشوائية لدراستنا كون مجتمع البحث غير متجانسين (أطباء أخصائيون و عامون ، شبه طبيين ، عمال مهنيين ، إداريين) مما يستلزم اختيارنا لهذا النوع من العينات لضمان دقة تمثيلها لجميع الفئات الموجودة في المجتمع الأصلي.

¹ فرج الكامل ، بحوث الإعلام و الرأي العام ،تصميمها وإجراؤها و تحليلها ، القاهرة ،دار النشر للجامعات ،2001 ، ص 123

² محمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1979 ص16-17

³ سمير محمد حسين ، دراسات مناهج البحث العلمي ، بحوث الإعلام ، الطبعة الثانية ،عالم الكتاب 1990 ، ص 131

وقد قسمنا مجتمع الدراسة في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعرييرج إلى 4 فئات باعتبار ان مجتمع البحث الاجمالي 679 فردا
 سجلنا عينة بنسبة 10 ٪ من مجتمع البحث بالطريقة العشوائية وباستخدام القاعدة
 الثلاثية تم حصر عدد أفراد العينة للطبقات المذكورة مسبقا حسب ما يلي :

$$\text{حجم العينة} = \text{حجم مجتمع} \times 10 \div 100$$

$$67 = 100 \div 10 \times 679$$

و منه العينة تساوي 67.

وتم توزيعهم على الطبقات توزيعا تناسبيا كما يلي:

$$- \text{ فئة الاداريين: } 50 \text{ فرد } (10 \times 50) \div 100 = 50$$

$$- \text{ فئة شبه الطبي: } 360 \text{ فرد } (10 \times 360) \div 100 = 360$$

$$- \text{ فئة الاطباء: } 164 \text{ فرد } (10 \times 164) \div 100 = 164$$

$$- \text{ فئة العمال المهنيين: } 105 \text{ فرد } (10 \times 105) \div 100 = 105$$

التمثيل	عدد الافراد	التكرار الطبقة
05	50	الاداريين
16	164	الطاقم الطبي
36	360	الطاقم شبه الطبي
10	105	العمال المهنيين
67	667	المجموع

جدول رقم (02) : يوضح التوزيع النسبي لوحدات العينة

- خصائص مجتمع البحث :

ولقد حاولنا معرفة البيانات الأولية عن المبحوثين من جنس، سن، مستوى تعليمي، وظيفة، قبل الشروع في عملية جمع المعلومات عن البحث، ذلك من أجل معرفة خصائص مجتمع البحث، التي ستوضح من خلال ما يلي :

- الجنس :

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الأطباء		الإداريون		التكرار	الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
53,73	36	06,07	10	12,06	18	03,35	05	02,01	03	ذكر	
46,26	31	00	00	12,06	18	07,37	11	01,34	02	أنثى	
100	67	07,06	10	24,12	36	10,72	16	03,35	05	المجموع	

جدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يتبين من خلال الجدول اعلاه ان نسبة الذكور تفوق نسبة الايئات بالمستشفى حيث بلغت نسبة الذكور 24,12 في حين بلغت نسبة الايئات 20,77 من مجموع افراد العينة .

- السن :

التكرار		الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع	
السن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
اقل من 30 سنة	02	02.98	00	00	11	16.41	04	05.97	17	25.37	
30-45	03	04.47	14	20.89	22	32.83	04	05.97	43	64.18	
45-60	00	00	02	02.98	03	04.47	02	02.98	07	10.45	
اكثر من 60	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
المجموع	05	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67	100	

جدول رقم (04) : يبين توزيع افراد العينة حسب السن

يعد عامل السن من أهم البيانات الشخصية التي يستعين بها الباحث لقياس مركز ودور الفرد في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية، وبناء على الجدول نجد أن النسبة المقدرة بـ: 64.18% والتي مثلت الفئة (30-45) ، تبين أن أغلبية أفراد العينة يمتلكون خبرة في مجال عملهم، وهو ما يضيف على تصريحاتهم المزيد من الدقة والجدية والوعي، أما الفئات العمرية الأخرى الشابة اقل من 30 سنة نجدها ضئيلة نوعا ما مقارنة وهي 25.37%. ومن خلال قراءة البيانات أعلاه، يمكن القول بأن أفراد العينة يملكون خبرة ومعرفة بالمستشفى، وهو ما يزيد من درجة وعيهم ومعرفتهم بأنشطته، كما أن هذا يسمح للعمال من

إقامة علاقات مختلفة مع بعضهم البعض، حتى مع رؤسائهم في العمل، وهذا ما يسمح بإظهار علاقات العمل في المستشفى، وبالتالي معرفة مستوى العلاقات العامة من خلال تصريحات هؤلاء المبحوثين.

- الإقديمة

التكرار	الاداريون		الاطباء		شبه الطين		العمال المهنيين		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أقل من 05 سنوات	03	04.47	01	01.49	14	20.89	01	01.49	19	28.35
05-15	02	02.98	08	11.94	20	29.85	06	08.95	36	53.73
15-30 فاكثر	00	00	07	10.44	02	02.98	03	04.47	12	17.91
المجموع	05	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67	100

جدول رقم (05) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الإقديمة

إن الفترة التي يقضيها الفرد في المستشفى تساعده في القيام بالاتصالات وتكوين العلاقات داخل المستشفى، ومن خلال الجدول أعلاه يتبين بأن عدد كبير من أفراد العينة قدامى داخل المستشفى وبالتالي امتلاكهم للخبرة في مجال عملهم، إضافة إلى علاقاتهم واتصالاتهم، وهذا ما يضيف على إجاباتهم نوع من الدقة والشمول وهذا ما تمثله النسبة 53.73 %، لفئة (05-15 سنة) أما مدة الإقديمة الأقل من 05 سنوات فإن نسبتها تعد ضئيلة مقارنة بالنسب السالفة الذكر حيث قدرت بـ 28.35 % وهذا يعود لعدم فتح فرص جديدة للعمل وهذا ما لمستته - وحسب ما صرح لي - لدى فئة الإداريين حيث تحصلوا على وظائفهم بالإقديمة لا على مستواهم العلمي اما الفئة من 15 إلى 30 فاكثر تعد ضئيلة نسبيا حيث قدرت بـ 17.91 % وهذا راجع لان اغليبتهم احيلوا على التقاعد .

- المستوى التعليمي :

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الاقدمية
25.37	17	14.92	10	08.95	06	00	00	01.49	1	اقل من الثانوي
73.13	49	00	00	44.77	30	23.88	16	04.47	3	جامعي
01.49	01	00	00	00	00	00	00	01.49	1	دراسات عليا
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

جدول رقم (06) : يبين توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية العينة يملكون مستوى تعليمي جامعي وقدرت نسبتهم بـ 73.13% وتليها ذوي المستوى التعليمي اقل من الثانوي بنسبة 25.37% فيما تعود نسبة 01.49% لذوي المستوى دراسات عليا ، والجدير بالذكر أننا سجلنا انعدام نسبة الأمية لدى أفراد العينة . وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة بالمستشفى يملكون مستوى علمي يمكنهم من تفعيل اتصال واعي فيما بينهم، وهذا من جهته يساعد على إقامة علاقات حسنة داخل المستشفى.

في ضوء ما سبق يمكن القول أن أفراد العينة يملكون الخبرة والمعرفة بالمستشفى وهو بمثابة مؤهل يزيد من درجة وعيهم وخبرتهم بكل أنشطة المستشفى، فضلا عن مستواهم العلمي الذي يؤهلهم لإقامة علاقات مع بعضهم البعض، كذا مع رؤسائهم في العمل، وهو ما يسمح بتعزيز علاقات العمل القائمة في المستشفى وبالتالي معرفة مستوى العلاقات العامة داخل المستشفى من خلال تحليل تصريحات المبحوثين

10-1- نوع الدراسة و منهج الدراسة :

أي بحث علمي يحتاج إلى المنهج الذي يسير عليه من أجل الوصول إلى نتائج ، فمسألة المنهج أساسية في كل بحث من أجل الوصول إلى نتيجة معلومة ، والمنهج قبل كل

شيء أسلوب منطقي ملازم لكل عملية التحليل ، ترتدي الطابع العلمي ، وهو أسلوب لكونه يجمع أكثر من عملية تتلاقى جميعا عند بلوغ هدف واحد ، فالعمليات الجزئية تصبح مركبة في إطار المنهج يتسع كل منها بدور جزئي يخدم بلوغ الهدف الشامل للبحث . فالمنهج حسب عبد الرحمان بدوي " هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقول و تحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة .

وهنا يجب أن نشير إلى أن المنهج هو تلك الدراسة العلمية الدقيقة المنظمة لظاهرة معينة ، بإستخدام المنهج العلمي للوصول إلى حقائق و الإستفادة منها و التحقق من صحتها . و بالتالي تتجلى أهمية المنهج و دوره في سلامة الإنتقال من خطوة إلى أخرى ، و سلامة النتائج التي يتوصل إليها الباحث في الأخير .

اما عن المنهج المستخدم في هذه الدراسة، **منهج دراسة الحالة** « يعد منهج دراسة الحالة من بين المناهج المتميزة والتي يستند عليها العديد من للباحثين خصوصا في العلوم الحقة وكذلك بالنسبة للعلوم الاجتماعية لدراسة الظواهر الاجتماعية والتربوية ، وهي طريقة للاستنتاج ، تنطلق من التشخيص إلى التقرير وسواء كانت الظاهرة معقدة أو بسيطة داخل زمن ومكان محددين .

وتبعاً لذلك ، تشكل دراسة الحالة وسيلة للتقييم والتقويم والمعالجة وتفاذي المشكلات، لدى يتم تحبيذه من طرف الباحثين خاصة في المجال الصحي والتربوي والمشكلات التي تتطلب التدقيق والتحديد ، وفي هذا الشأن يرى بعض الباحثين بأنها " تهدف إلى دراسة الدورة الحيوية كلها كوحدة منفردة كشخص أو العائلة أو المؤسسة أو فئة اجتماعية أو مجتمع محلي، ومن الممكن اشتمال حالة مجتمع محلي أو جماعة صغيرة "

وقد استفاد في أول الأمر ، البحث الاثنوجرافي من هذا المنهج حيث تم استغلاله بشكل جيد في دراسة المجتمعات الصغيرة والمحلية ، ولا زالت الاستفادة منه متواصلة إلى يومنا هذا بالرغم من الانتقادات الموجهة إليه ، والمتعلقة بعدم تعميم نتائجه على المجتمع ككل.¹

تاريخيا ، استعمل منهج دراسة الحالة منذ أوائل القرن العشرين ، وقد تم تطويره من طرف العديد من الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية .

¹ عز الدين محمد: محاضرات حول مناهج البحث، 2011 ، ص 125.

ولتفادي انحصار منهج دراسة الحالة في مجالات متخصصة ترتبط بالتربية ومجال التدريس والمجال الطبي، تم تطعيمه بمنهج أخرى للحصول على نتائج مقبولة خاصة في مجال الظواهر الاجتماعية والسياسية كالاستمارة والمقابلة

تعريف منهج دراسة الحالة والمقصود منه :

الحالة صفة مرتبة بالشيء، كما يقصد به الحالة الراهنة، أي الوضعية الحالية المرتبطة بزمان ومكان محددين، وقد تصبح هذه الوضعية مشكلة التي تتطلب التشخيص التفكير والبحث عن إيجاد الحلول المناسبة لها، وتفادي تداعياتها السلبية على المجتمع، وكان المنهج الوسيلة لفك رموزها وطلاسمها، وهكذا أخذ منهج دراسة الحالة مكانته في حالة الاستعانة به أو اللجوء إليه .

وعلى هذا الأساس اعتبره بعض الباحثين المتحمسين لهذا المنهج طريقة إجرائية تحليلية فعالة لدراسة الظاهرة الاجتماعية سواء تعلق الأمر بالمجال التربوي والصحي أو الاجتماعي أو السياسي.

هذا وقد عرفه " جاك هامل "في بحثه حول منهج دراسة الحالة بأنه" مقارنة أولية ترمي إلى إظهار الخصوصية ذات طبيعة نوعية "

و يعرفه ذوقان عبيدات و آخرون بأنه يعنى بدراسة حالة فرد ما أو جماعة ما أو مؤسسة ما كالأسر أو المدرسة أو المصنع عن طريق جمع المعلومات و البيانات عن الوضع الحالي للحالة, و الأوضاع السابقة لها و معرفة العوامل التي أثرت فيها و الخبرات الماضية لها لفهم جذور هذه الحالة باعتبار أن هذه الجذور ساهمت مساهمة فعالة في تشكيل الحالة بوضعها الراهن "

خطوات دراسة الحالة:

- تحديد أهداف الدراسة: و تتطلب هذه الخطوة تحديدا لموضوع الدراسة أو الظاهرة المدروسة و كذلك تحديدا لوحدة الدراسة و خصائصها.
- إعداد مخطط البحث أو الدراسة، و هذه الخطوة ضرورية لأنها تساعد الباحث في تحديد مساره و اتجاه سيره ، حيث تمكنه من تحديد أنواع البيانات و المعلومات المطلوبة و الطرق المناسبة لجمعها و أساليب تحليلها .
- جمع البيانات الأولية و الضرورية لفهم الحالة أو المشكلة و تكون فكرة واضحة و كافية عنها، أي توسيع قاعدة المعرفة عن الحالة أو المشكلة المطلوب دراستها .

- صياغة الفرضية أو الفرضيات التي تعطي التفسيرات المنطقية و المحتملة لمشكلة البحث و نشأتها و تطورها.
- تنظيم و عرض و تحليل البيانات بالأساليب التي يرى الباحث أنها تخدم أهداف بحثه و دراسته.
- النتائج و التوصيات: و في هذه المرحلة يوضح الباحث التي تم التوصل إليها و أهميتها و إمكانات الاستفادة منها في دراسات أخرى.

اساليب جمع البيانات في منهج دراسة الحالة:

- المقابلة مع المبحوث و مع أشخاص آخرين كما يمكنه الاستعانة بالاستمارة أو الاستبيان
- الملاحظة و الاستعانة بأدوات الملاحظة (وسائل التسجيل ..) و تنظيم الملاحظة .
- الوثائق...وتشمل الوثائق الشخصية و السير الذاتية و السجلات مثلا على مستوى المدرسة، العمل (اللجوء الى المحاكم لمعرفة نسبة الطلاق في مجتمع ما) و السجلات الطبية المتعلقة بالأفراد الذين يشكلون موضوع الدراسة او البحث¹.

11-1- أدوات جمع البيانات:

إن للأداة في البحث العلمي أهمية قصوى ، حيث تعتبر الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات المطلوبة للبحث ، و هي التي تساعد على تحقيق أهداف الدراسة من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة و إشكالياتها ، ولقد أكد الدارسون على وجوب تكيف إستعمال الأدوات مع طبيعة البحث و نوع المشكلة ، وكذلك المنهج المستخدم فيها ، فقد إختارنا المقابلة و الاستبيان كوسيلة تمكننا من الحصول على البيانات

1-11-1 المقابلة :

و تفضل على الاستبيان اذ يمكن الحصول على آراء الافراد و اتجاهاتهم بشكل مباشر و المقابلات متنوعة منها المقابلة الموجهة و التي تسمح للباحث بتوجيه الاسئلة للحصول على المعلومات ، و هناك المقابلة غير الموجهة التي تعطي الحرية للمقابل في الاجابة على الاسئلة و بالاسلوب الذي يراه مناسب و هناك المواجهة الفردية و اخرى جماعية².

¹ ذوقان عبيدات و آخرون : البحث العلمي ، مفهومه و أدواته و أساليبه ، ط15، دار الفكر ، عمان ، 1434هـ ، ص 202.

² مهدي حسن زويلف ، ادارة الافراد في المنظور الكمي و العلاقات الانسانية ، عمان ، دار المجدلوي للنشر و التوزيع ، 1994، ص144

و هي طريقة يمكن ان يطلق عليها اسم الادلاء الشفهي ووسيلتها الاتصال الشخصي او المقابلة الشخصية و ادلتها كشف البحث و تتلخص في ان يذهب الباحث او مندوبه الى المبحوث فيقابه و يتولى الباحث بنفسه ملئ البيانات من واقع ما يدلي به المبحوث في الاستمارة المخصصة لذلك¹.

واعتمدت في هذه الدراسة على المقابلات المفتوحة قبل بدء الاستمارة، حيث سمحت لي بربط علاقات ثقة مع العمال والموظفين ومختلف المشرفين، سواء من خلال المقابلات المستخدمة، مع المسؤولين والتي تمت على نحو مباشر حوار مباشر – وكان اختياري لهؤلاء المسؤولين على أساس الوظيفة وهم كالاتي :

- **المدير الفرعي للمالية والوسائل:** والذي أفادني بمعلومات حول الميزانية المخصصة لنشاط العلاقات العامة بالمؤسسة، والوسائل الاتصالية الموجودة بالمؤسسة والمساعدة للقيام بالعلاقات العامة و صرح لي بانه لا توجد ميزانية خاصة بهذا الجهاز كما اكد عدم توفير الوسائل الاتصالية اللازمة .

- **المدير الفرعي للمصالح الصحية :** والذي ناقشت معه السياسة الاتصالية المتبعة والمعتمدة من طرف المؤسسة والتي تتعامل من خلالها مع الجمهور الداخلي خيث اكد ان الهدف الاسمى الذي تسعى له المؤسسة هو اعطاء مكانة كبيرة لقسم العلاقات العامة باعتبارها همزة الوصل بين المؤسسة و الجماهير الداخلية و الخارجية .

- **مسؤول مكتب الإعلام والاتصال:** حيث عرفت مستواه العلمي وتخصص الوظائف التي توكل له وكيف هي الوسائل التي يعتمد عليها في ذلك، وما هي صلاحياته وحدود عمله؟ و هل تستشيريه عند اتخاذها لقرارات إدارية ما؟ و من خلال هذا تاكدت ان نخصه علوم اقتصادية و بعيد كل البعد عن الاعلام و الاتصال .

- **مع مدير المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج:** من خلال زيارتي الاستطلاعية المنكررة حضيت بفرصة استقبال مدير المؤسسة – بن عمير عبد الرزاق – في زيارة عمل له ذلك يوم الأحد 18 مارس 2022، أكد فيها أنه سيتم اتخاذ تدابير عديدة موجهة لتحسين وتعزيز قطاع الصحة بولاية برج بوعريريج والذي وصفه بالمريض موضحا أن برنامج عمل الوزارة سيستهدف أيضا تحسين ظروف عمل موظفي القطاع، حيث أشرت له عن أن أفضل ما يمكن عمله من أجل ذلك هو التركيز على قسم العلاقات العامة و خلية الاعلام و الاتصال لتحسين ظروف العمل الذي هو أحد وظائف هذا النشاط

¹ محمد منير حجاب و سحر محمد وهيبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، الطبعة الرابعة، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2006، ص

فأكد لي أن التدابير المقرر لصالح المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج ستعطي وجها جديدا لقطاع الصحة وتحسين صورتها و نشر الوعي الصحي للمواطنين و كذت اعلامهم بانشطة المؤسسة و برامجها و خططها القصيرة و الطويلة المدى من اجل التكفل الامثل بالمرضى اضافة الى توفير الموظفين والاستقبال والتواصل مع المرضى، كما لاحظت أن استقبال المستشفى للمواطنين و المرضى و مرافقيهم كان عشوائيا تولاه بعض الموظفين ومسئولي بعض الأقسام والاتحاق المتأخر لمدير المستشفى، في حين كان من المفترض أن يقوم مكتب الإعلام والاتصال باعتباره المكلف بنشاطات العلاقات العامة في المستشفى باستقبال الوفود التي هي إحدى وظائفه.

2-11-1 الاستبانة :

توجيه اسئلة للافراد يتعلق بموضوع البحث ، و قد يكون ايصالها هاتفيا ، او بريديا ، او وجاهيا و هناك شروط يجب اتباعها منها ان تكون الاسئلة قد بوبت منطقيا

وهو وسيلة شائعة و مرغوبة خاصة لدى دوائر العلاقات العامة الصغيرة و المتوسطة بحيث انه سلاح ذو حدين ففيه من الاجابيات ما يجعله من اهم و افضل الطرق في البحث و فيه من السلبيات ما تنفي الحسنات كلها¹.

وقد تم تقسيم هذه الاستمارة إلى ثلاث محاور وكانت كالتالي:

البيانات الشخصية (من السؤال 1 إلى السؤال 5)

وتضمن البيانات الشخصية لمجتمع البحث، حيث تعرفت من خلاله على الجنس، السن، الوظيفة ، الأقدمية والمستوى التعليمي.

المحور الاول: (من السؤال 6 إلى السؤال 11) :

أسئلة حول اهمية جهاز العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية و تضمنت هذه الاسئلة ما اذا كان هناك جهاز للعلاقات العامة يقوم بالتوعية الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية و هل يمكن من خلاله الحصول على المعلومات و التوعية في اي وقت ، و معرفة الوظائف و الاهداف التي يسعى لها و يقوم بها هذا الجهاز .

¹ محمد منير حجاب و سحر محمد وهبي ، المداخل الاساسية للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره ، ص232

المحور الثاني: (من السؤال 12 إلى السؤال 14) :

أسئلة حول الوسائل الاتصالية التي تستخدمها ادارة العلاقة العامة في التوعية الصحية و تضمنت معرفة الوسائل الاتصالية و ما هي انسب وسيلة لنشر الوعي الصحي لدى المرضى و المواطنين

المحور الثالث: (من السؤال 15 إلى السؤال 22):

أسئلة حول العراقيل التي تحول دون تحقيق التوعية الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج : وتضمن بدوره أسئلة حول فعالية جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة الاستشفائية و مدى تدخل الادارة العليا امام جهاز التوعية الصحية و معرفة النقائص التي تحول دون تحقيق الوعي الصحي من نقص الوسائل الاتصالية او نقص الميزانية او عدم التحكم و نقص مهارات الاتصال لدى جهاز العلاقات العامة .

1-11-3 الوثائق و السجلات :

هي كل السجلات و الوثائق التي تساعدنا في عملية البحث عن وسائل الإتصال ، ومنها التقارير و المراسلات ، ومحاضر الإجتماع ،ومن البحث على الرسالة الإتصالية الرسمية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج .

و من خلال زيارتي المتعددة حصلت على بعض الوثائق وأطلعت على بعض السجلات التي تحتوي على بعض البيانات الضرورية للبحث :

- بيانات حول الجانب التاريخي والموقع الجغرافي للمستشفى محل الدراسة .
- بيانات حول عدد الموارد البشرية العاملة بالمستشفى .
- الهيكل التنظيمي والهيكل الإداري للمستشفى .
- الإطلاع على القائمة الاسمية للموظفين في المستشفى ومعرفة بعض البيانات الشخصية عنهم كالمستوى التعليمي والتخصص العلمي، والأقدمية ونوع الوظيفة.

1-11-4- أساليب التحليل

عند انجازنا لهذه الدراسة اعتمدنا على أسلوبين للتحليل وهما:

- التحليل الكمي : وهو ذلك النوع من التحليل الذي يسمح للباحث أن يستخرج إحصائيات تصف السلوك في موقف اجتماعي معين، ويستخدم هذا الأسلوب النسب المئوية في الكشف

عن صحة الفرضيات من خلال إجابات المبحوثين عن الأسئلة المطروحة حول هذه الفرضيات، وقد استخدمنا هذا الأسلوب بهدف تحويل البيانات إلى جدول وأرقام تعبر عنها.

- **التحليل النوعي** : يتم هذا النوع من أساليب التعبير عن بيانات الجدول وعن نتائج التحليل بصورة غير كمية، وذلك عن طريق النتائج وتفسيرها، ولقد استخدمنا هذا الأسلوب من أجل تفسير البيانات والمعلومات التي حصلنا عليها ميدانيا . وعليه يمكن تدعيم التحليل الكمي بالتحليل الكيفي من خلال ما تم تناوله في الجانب النظري مثل الدراسات السابقة أو النظريات المتعلقة بموضوع الدراسة وغيرها لكي يصبح البحث وحدة متكاملة ومترابطة

الفصل الثاني

2-1- ماهية العلاقات العامة :

2-1-1 تعريف العلاقات العامة: إن وضع تعريف دقيق للعلاقات العامة ليس بالأمر الهين وذلك لأسباب عدة أهمها تفاوت مدلولات هذا اللفظ بين العلماء والكتاب وتأثرهم بوجهات نظر معينة، فكل وجهة نظر تعكس مفهوما وأفكار خاصة في شرحها للعلاقات العامة، مما أدى إلى خلق اختلاف كبير بين العلماء والهيئات حول تعريف هذا المصطلح ولازال هذا الاختلاف قائما إلى يومنا هذا وعليه. هناك عدة تعاريف للعلاقات العامة فمنها ما جاء عاما يظم عدة جوانب ومنها من وضعتها جمعيات وهيئات، وهذه مجموعة التعاريف التي وضعها بعض الباحثين والخبراء في العلاقات العامة .

❖ تعرف العلاقات العامة على أنها نشاط مخطط يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية¹ .

❖ وتعرف العلاقات العامة أيضا أنها العمل المستمر لتوجيه السياسات والخدمات والأعمال المتصلة بالأفراد والجماعات التي تسعى المنشأة للحصول على ثقتهم، وكذلك شرح هذه السياسات والخدمات والأعمال وتقديمها² .

و قد ظهرت محاولات من طرف الباحثين والمفكرين لتعريف العلاقات العامة ومن بينهم أيفي لي الذي استخدم مصطلح العلاقات العامة لأول مرة وباحتراف في النشرة التي أصدرها تحت عنوان العلاقات العامة والتي برزت من خلال أفكاره ومبادئه وفلسفته وقد أكد أيفي لعبارته التي تقول "إنني أحاول دائما ترجمة الدولارات والأسهم إلى مصطلحات إنسانية " وهذه الأفكار وضح أيفي لي أن الحس للمؤسسة *sensé la*

¹ بشير العلق: تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 21

² احمد محمد المصري: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص 21.

institution لا يمكن فقط فيما تمثله المؤسسة من القيم المادية وإنما القيم الاجتماعية والحضارية والإنسانية هي التي تجسد الإطار العام الذي يجب أن توضع فيه العلاقات العامة بين المؤسسة والبيئة والمحيط. يرى أب العلاقات العامة ايفي لي أن: "العلاقات العامة هي تفسير الشركة للجمهور وتفسير الجمهور للشركة كما أنه يرى أن هذا العمل الجديد الذي يتطلب مزيجاً من المعلومات في السياسة والإدارة والصحافة والاقتصاد.¹

وعرفها ادوارد بينز: على أنها التواصل مع الجمهور بهدف تحقيق التفاهم المشترك لكسب وبناء العلاقات الحسنة². بالإضافة إلى التعريف الذي وضعه سكوت وألن اللذان عرفا العلاقات العامة على أنها "جهد مخطط للتأثير في الرأي العام من خلال الأداء الناجح والاتصالات بين الجهتين.

وعرفها **Blake Sam** بأنها اتصال ذو طرفين لحل المشاكل والمنازعات المتعلقة بتضارب المصالح والمنافع³

يرى **كاتفيلد وموان** ان العلاقات العامة فلسفة اجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور ثقته وتفهمه.

عرفها **لبول جاريت** في قوله أن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية تجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه.

و هناك تعريف آخر **لجري ويل** يؤكد على أهمية البحوث والتخطيط والاتصال في تحقيق التفاهم بين المؤسسة و جماهيرها.

وقد عرفها **إبراهيم إمام** : العلاقات العامة أنها العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي⁴.

وعرفها **فريد صحن** على أنها النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية⁵.

¹ إبراهيم عوجة: مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة، 1999، ص 21.

² غازي إسماعيل ربابعة: الرأي العام و العلاقات العامة، دار البشير للنشر و التوزيع عمان، بدون سنة، ص 81.

³ ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي: الاتصال و العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان 2005، ص 229-230.

⁴ محمد منير حجاب : العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2007، ص 31- 36 .

⁵ محمد فريد صحن: العلاقات العامة، الدار الجامعية للطباعة والنشر و التوزيع، 1985، ص 13.

- وتوجد تعاريف أخرى للعلاقات العامة وضعت من طرف هيئات وجمعيات مختصة وخبراء، في هذا المجال وهي على النحو الآتي:
- يعرف العلاقات العامة القاموس العالمي الجديد "لوبستر": على أنها الفن أو العلم الذي يخلق الفهم المتبادل والثقة.
- تعريف قاموس وبستر الدولي: عرف العلاقات العامة على أنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير التي تتعامل معها¹.
- أما معهد العلاقات العامة البريطانية: فيعرف العلاقات العامة على أنها جهود إدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها.
- مفهوم دائرة المعارف الأمريكية للعلاقات العامة: الفن الذي يقوم على التحليل والتأثير والتفسير لموضوع معين سواء كان يدور حول فكرة أو حول شخص أو حول جماعة ما قصد تهيئة السبل أمام الجماهير لكي تعترف بالفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع وأنه يستفيد فعلاً منها².
- تعريف موسوعة المعارف الأمريكية: تشير إلى أن العلاقات العامة عبارة عن علم وفن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية، كما يدل على تشكيلها جوانب ذاتية حيث أساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائي إلى أخصائي آخر متأثرة بمنهجه واستعداده وطريقة إعداده³.
- تعريف الجمعية المهنية لمستشاري العلاقات العامة: هي التي يبيدها فريق ما لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين أعضائه وبين مختلف قطاعات الرأي العام⁴.
- تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة: وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة⁵.
- تعريف دائرة المعارف البريطانية للعلاقات العامة: هي مظاهر النشاط التي تتصل بتفسير وتحسين العلاقة بين هيئة ما سواء كانت مصلحة شخصية اعتبارية أو فردية أي يملكها فرد واحد ويبين الجمهور له ارتباطه أو اتصاله بهذه الهيئة¹.

¹ غريب سيد احمد: علم الاجتماع والاتصال، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص 111.

² عبد المحي صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص 27.

³ حسين عبد الحميد رشوان: العلاقات الإنسانية في مجال علم النفس، علم الإدارة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997، ص 116.

⁴ سمير حسن منصور: مناهج العلاقات الاجتماعية من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 15.

⁵ صالح خليل أبو إصبع: العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 84.

- وتعرف جمعية العلاقات العامة الفرنسية العلاقات العامة: على أنها صورة من السلوك وأسلوب للأعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة والتي تقوِّم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها.
- ومن التعريفات المبسطة للعلاقات العامة:
 - أنها نشاط يهدف إلى كسب ثقة الجماهير وتأييدها وهذا التعريف يعني أن كل جهد ايجابي يقصد به الحصول على تقدير الأفراد وتعاونهم هو علاقات عامة.
 - كما تعرف العلاقات العامة بأنها الجهود المدروسة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم التفاهم والتفاعل المتبادل بين هيئة وجمهورها ويفسر هذا التعريف العلاقات العامة بأنها جهود إدارية مدروسة ومستمرة.
- ❖ وعلى رغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الهيئات والإداريين إلا أن هناك سمات مشتركة بين التعريفات رغم اختلاف الأسلوب أو التفاصيل بين تعريف وآخر، وتحدد هذه السمات المشتركة على النحو التالي:
 - إن العلاقات العامة عملية طويلة المدى ودائمة ومستمرة
 - تستهدف العلاقات العامة إقناع الجماهير النوعية بتغيير أو تعديل آرائها وسلوكها تجاه موضوع القضية معينة.
 - تستهدف العلاقات العامة إحداث قدر من التكيف بين هيئة معينة ومواقف وآراء الجماهير النوعية التي ترتبط بمصالحها العامة و العكس صحيح وهي جميعها مترابطة ومتعاونة.²

❖ خصائص العلاقات العامة :

- ✓ للعلاقات العامة خصائص ومن بينها نذكر:
 - ✓ ان العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة بحيث أن هذه الفلسفة لا تنشأ لتحقيق أهدافها فقط وإنما ينبغي أن تلعب دورا اجتماعيا ولهذا فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول.
 - ✓ إن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات فهي ضرورة تفرضها طبيعة المجتمع الحديث.

¹ مير حسن منصور: مرجع سابق، ص 18.

² محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، مرجع سابق، 2007، ص 31-36.

- ✓ إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة.
- ✓ إن العلاقات العامة عملية اتصالية دائمة ومستمرة بين طرفين أساسيين هما المؤسسات وال جماهير سواء الداخلية أو الخارجية وبذلك فإن العلاقات العامة تمتاز بالحيوية والديناميكية.
- ✓ يجب على إدارة العلاقات العامة أن تضع من السياسات ما يخدم الصالح العام.
- ✓ **القصدية:** فالعلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وأسلوب معين مختار.
- ✓ العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور هذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة.
- ✓ تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام وكسب موافقة الجماهير أي أنها تدير بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون.
- ✓ تتركز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي التي تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسين مشكلاتها ونقل هذه الدراسة بأمانة وصدق إلى المستويات العليا.
- ✓ تتركز العلاقات العامة على حقيقة علمية هي أن الإنسان اجتماعي بطبيعته ولا يمكن أن يعيش في عزلة عن المجتمع.
- ✓ العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة.
- ✓ تتصف العلاقات العامة بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون الآخر.
- ✓ العلاقات العامة ليست نوعاً من السحر يشفي العلل ويداوي العيوب، وليست وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة، وإنما تسعى إلى بناء سمعة حسنة التي لا تتأثر إلا مع مرور الوقت وعن طريق الأداء الطيب أولاً والإعلام عنه بعد ذلك.
- ✓ العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنشر المعلومات والأفكار وتشرحها وتفسرها للجماهير.
- ✓ تتركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها.
- ✓ العلاقات العامة نشاط علمي قائم على التخطيط وهذا يعني أنها ليست نشاط عشوائياً وليست نشاط وقتياً يبدأ حين تقع المؤسسة في أزمة وينتهي بانتهائها وذلك لأن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر.

✓ العلاقات العامة نشاط موقوت بمعنى، أن اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامج العلاقات العامة أمر ضروري وحيوي لنجاح هذا البرنامج، بل أن التقصير في توفير هذه القاعدة قد يعني فشل البرنامج كله أو ضعف أثره ونتائجه¹.

- 2-1-2 مبادئ وأسس العلاقات العامة:

❖ مبادئ العلاقات العامة:

للعلاقات العامة مجموعة من المبادئ يلتزم بها المختصون في عملهم بتلك العمليات العلمية المخططة والمرسومة والمبدأ هو " قاعدة أساسية لها صفة العمومية يصل إليها الإنسان عن طريق الخبرة والمعرفة والمنطق أو استخدام الطرق العلمية كالتجريب والقياس

وعلى الرغم من الاتفاق على المبادئ التي يلتزم بها العاملون بالعلاقات العامة إلا أنها تختلف في أساليب تطبيقها تبعاً لعدة اعتبارات أهمها:

✓ **طبيعة نشاط المؤسسة:** فالمؤسسات التي تشتغل بأعمال المرافق العامة أو التي تقوم بالإنتاج ولتوزيع السلع الاستهلاكية الأساسية تحتاج إلى نوع معين من التنظيم الإداري لأعمال العلاقات العامة وطبيعة ونوعية ممارستها داخل هذا التنظيم.

✓ **حجم ونوعية الجمهور الذي يتصل بالمؤسسة:** سواء كان هذا الجمهور داخلي أو خارجي بالنسبة للمؤسسة ومدى القدرة على التأثير فيه ومدى استجابتهم ونوعية الأدوات والوسائل المستخدمة مع الجمهور ومدى إيمان المؤسسة بأهمية المسؤوليات والالتزامات الاجتماعية الملقاة على عاتق جهاز العلاقات العامة بها نحو مصالح الجماهير المختلفة المتصلة بها.

✓ **شخصية خبير العلاقات العامة بالمؤسسات:** من حيث استعداداته ومهاراته وخبرته وإعداده وقدرته على التعامل مع جمهور المؤسسة.

❖ أسس العلاقات العامة :

تستند العلاقات العامة إلى مجموعة من الأسس ادمجها " ادوارد لبيرنيز " في قاعدتين أساسيتين هما:

¹ عبد المحي صالح وآخرون: مرجع سابق، ص 33-35

➤ الأداء النافع أولاً والأخبار الصادقة على نطاق واسع ثانياً، و القاعدة الثانية مكملة للأولى¹ ، وفي ضوء ذلك نوضح هذه الأسس والمبادئ فيما يلي:

➤ العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

إن نجاح أي مؤسسة مرادها تلك العلاقة المبنية على أساس التعاون والتفاهم المتبادل بينهما وبين جميع الأفراد العاملين بها، فمن غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع الجمهور الداخلي مضطربة ، لذلك وجب عليها أولاً خلق الروح الجماعية وجو من التعاون بين أفراد المؤسسة ثم تشرع بعد ذلك بتوطيد العلاقات الطيبة بينها وبين جمهورها الخارجي² .

فالصورة التي تطبع في أذهان الجمهور الخارجي عن أي مؤسسة هي تلك التي يراها موظفيها وطريقة معاملتهم للناس وأدائهم لواجباتهم وفي ذلك ما يبرز أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة ، فكلما زاد رضا الجمهور الداخلي زاد طبقاً لذلك رضا الجمهور الخارجي وبالتالي الاستمرار والازدهار للمؤسسة فالجمهور الداخلي بمثابة المرآة العاكسة للمؤسسة فهم ينقلون الانطباع الحسن للجمهور الخارجي³.

➤ ضرورة مراعاة الصدق والأمانة:

من الضروري أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة وان تتقيد بالعدالة، وان تعمل على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بينها وبين جماهيرها فيجب أن تتسم برامج العلاقات العامة بالصدق والبعد عن وسائل الغش والخداع والتظليل والدعاية المزيفة، ففي المؤسسات الإنتاجية مثلاً تفسر المؤسسة لجمهورها أسباب زيادة الربح أو العجز فيها، وفي المؤسسات الخدمائية توضح أسباب النجاح أو الفشل في الخدمات التي تقدمها وهذا يؤكد عنصراً أساسياً في الهدف الأخلاقي للعلاقات العامة باعتبارها أداة قوية في تنمية الضمان الاجتماعي.

➤ إتباع سياسة البحث العلمي:

العلاقات العامة لا تعتمد في برامجها على الارتجال والعشوائية ولكنها تعتمد على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وأساليب البحث العلمي، إذ يعتبر إتباع الأسلوب

¹ عبد المحي صالح وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص40.

² هناء حافظ بدوي: العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية، أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2001 ص41.

³ حمد بهجت جاد الله كشك : العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، بدون سنة، ص24.

العلمي في حل مشكلة من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة ومما هو معروف أن الأسلوب العلمي يعد خريطة تركز على المنطق وتحاول الوصول إلى النتائج عن طريق التحليل العلمي الدقيق والبعد عن التحي وبيدأ هذا الأسلوب بتعريف وتحديد المشكلة ومتى أمكن تحديدها أصبح من السهل جمع البيانات التي تفيد في حلها وتحديد الأهداف المراد الوصول إليها وبالتالي الوصول إلى الحلول المفترضة والبدائل والإمكانيات والموارد المطلوبة.

➤ إتباع سياسة الإفشاء وعدم إخفاء الحقائق:

وذلك بتقديم المعلومات الصادقة الأمينـة ، إذ أن الأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير ، حيث أننا لو قمنا بتدقيق النظر في أعمال المؤسسات والهيئات والمنظمات بصفة عامة لوجدنا انه ليس هناك داع لإخفاء الحقائق عن الجمهور الداخلي ولا الخارجي، ما عدا تلك الأسرار التي تخص عمليات الإنتاج والتي تميز مؤسسة عن أخرى من تركيبات ، وسياسة عدم إخفاء الحقائق كفيلة بان تقضي على الشائعات الضارة التي تمحو الثقة وتكبح جماح الأقاويل الكاذبة التي يستعملها بعض المغرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة¹.

➤ **مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع:** تعد المساهمة في رفاهية المجتمع من طرف المؤسسة مسؤولية اجتماعية باعتبار هذه الأخيرة ككيان جزء من هذا المجتمع ، وأصبح الاهتمام بالمجتمع وتقدم أفراده أكبر من مجرد تحقيق كسب مادي وهذا يعمل على كسب تأييد الجمهور الداخلي أو الخارجي².

➤ **نشر الوعي بين الجماهير:** من المهام التي أصبحت تقع على عاتق العلاقات العامة هي القيام بشرح سياسة الدول وخطط وبرامج تنميتها ودور المؤسسة في ذلك وهذا لسعي لكسب اهتمام المواطنين بشؤون بلادهم، وذلك بتوضيح الأهداف والاتجاهات العامة لدولة والمشاركة في مناقشة خطط الحكومة ومشاريعها، كما تقوم بحملات التوعية بمختلف صورها من اجل تبصير المواطنين بمشكلات بلادهم والعمل على زيادة الاهتمام بتلك المشكلات، كما تهدف العلاقات العامة في جانبها السياسي إلى وضع الحقائق والبيانات عن النشاط الحكومي أمام الجمهور لتكوين رأي عام حقيقي حيالها.

¹ سمير حسن منصور: مرجع سابق، ص 52-53.

² غريب عبد السميع: الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص 62.

➤ **كسب ثقة الجماهير:** يعتبر كسب ثقة الجماهير هدفا أساسيا من أهداف العلاقات العامة، وهذا يعني أن أنشطة المؤسسة لا يمكن أن تنجح إلا إذا حققت رضا جماهيرها عنها ولذلك يجب أن تكون هناك تدريبات للعاملين بالمؤسسة (الجمهور الداخلي) حتى يتمكنوا من القيام بواجباتهم لكسب ثقة الجماهير على أكمل وجه وهذا بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم للجماهير.

➤ **تعاون هيئة مع الهيئات الأخرى:** لا يمكن أن تقوم مؤسسة بمعزل عن المؤسسات الأخرى في تأدية رسالتها لذا يجب أن يكون التعاون هو أحد أسس النجاح، بحيث أن هناك قولا مميزا من قبل المهتمين والمتخصصين في هذا المجال مؤداه أن العمل والتكامل بين مؤسسات المجتمع يعد شرطا أساسيا لتقدمها ونجاحها ولذا أصبح التعاون هو أحد الأسباب أو الأسس الهامة للنجاح، فلا يمكن أن تمارس المؤسسة نشاطها وتوطد علاقاتها بجماهيرها وتهمل تعاونها مع المؤسسات الأخرى، ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين المؤسسات وبعضها للاتفاق على أسس التعاون بينها لاسيما في برامج العلاقات العامة¹.

➤ **إتباع الأسلوب الديمقراطي في العلاقات العامة:** يعد هذا المبدأ أساسيا لممارسة نشاط العلاقات العام فتسود الروح المعنوية العالية داخل المؤسسة ويتاح المجال للابتكار وعرض الاقتراحات مما يجعل سياسة المؤسسة ترسم النتيجة لأفكار العملاء وكصدق لما يبذله الأخصائيون من مشورة ومقترح وهذا تشجيعا للديمقراطية ودعم للمبادئ الإنسانية السليمة².

هذا وقد أضاف الدكتور **احمد كمال** بعض العناصر والتي يعدها من المبادئ والأسس التي تركز عليها العلاقات العامة وأهمها ما يلي:

- الديناميكية والحيوية و قوة التفاعل بين القائمين على العلاقات العامة في إدارة المؤسساتات وبين الجماهير وتلعب وسائل الاتصال والإعلام دورا هاما في الربط بين الطرفين في زيادة التفاعل، وهذا ما يمكن من التغلب على العقبات والصعاب التي تعترضها.
- لا يقتصر عمل العلاقات العامة على مجالات وأنواع معينة، بل يتسع نشاطها فتشمل كل الميادين فهي تدخل في جميع المؤسسات والتنظيمات.

¹ سمير حسن منصور: مرجع سابق، ص 52-53.

² عبد المحي صالح و آخرون: مرجع سابق، ص 42-43.

- تركز العلاقات العامة على أسس ودعائم اجتماعية كتدريب العمال على تحمل المسؤولية الاجتماعية وذلك بإعلامهم بجهود المؤسسة وكذا العقبات والصعاب التي تواجهها.

- ضرورة تناسب برامج العلاقات العامة مع الظروف لمقابلة حاجات المجتمع ومن هنا تكمن مهمة القائم بالعلاقات العامة في دراسة انسب الأساليب والطرق التي لها فعل على الجماهير علما أن هذه الأخيرة تحتاج إلى التشويق والإقناع، وعليه فإن برامج العلاقات العامة تتصف وجوبا بالتجديد في الأساليب لان التجديد من وسائل الإغراء والجذب¹.

تعد هذه المبادئ بمثابة خطوات نحو المزيد من الثقة والمصادقية في إدارة العلاقات العامة وممارستها وتحقق لهذه الأخيرة النجاح والفعالية في جهودها.

2-1-3 أهداف العلاقات العامة :

ان اهداف العلاقات العامة تبنى من الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الادارة ، و هي بهذا تقوم بمجموع من الاهداف تسعى الى تحقيقها و هي :

✓ إحداث نوع من الاتصال ذو اتجاهين بين المؤسسة و عملائها بسياساتها العامة ، ويمكن العملاء من ايصال رغباتهم الى الادارة العليا .

✓ تشجيع و تنمية التعاون بين مختلف الادارات العليا بما يؤدي الى توفير المعلومات و عدم التردد في تقديم النصح و الارشاد (التركيز على الانشطة بدلا من النتائج المتوقعة).

✓ معرفة اراء الجمهور و اتجاهاته نحو المؤسسة (سياساتها - خططها) ، و ذلك من اجل العمل على تلبية رغباته و متطلباته و يتضمن ايضا استمرار تعامله معها².

✓ تهدف العلاقات العامة الى نقل و توصيل المعلومات الصحيحة عن المؤسسة الى الجمهور .

✓ تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة .

✓ الوصول الى الجمهور المعني و تحقيق التواصل معه .

✓ معرفة متطلبات و احتياجات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية و الترويجية و العمل على مساعدتهم في حل المشاكل .

✓ تحقيق التوافق و الانسجام بين المؤسسة و جمهورها الداخلي و هذا له جانبين :

- توافق المؤسسة مع الجمهور

¹ محمد مصطفى احمد: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص 48-52.

² خليل صالح ابو اصعب ،تيسير ابو عربة : الاتصالات و العلاقات العامة ، ط1 ، الشركة العربية للتسويق ،القاهرة ،2010،ص 181.

- توافق الجمهور مع المؤسسة¹

2-1-4- أهمية العلاقات العامة :

ن الأهمية البالغة التي تحضى بها العلاقات العامة في المؤسسات على المستوى الداخلي و الخارجي تكمن في :

- ✓ تهيئة الراي العام لتقبل افكار و اراء جديدة و ايجاد جمهور يحقق الولاء للهيئات و المؤسسات و التنظيمات ليكون اكبر سند لها و هذا ما يساعد على تقويم الروابط بين الجمهور و الهيئات و يوفر التعاون بينهما و يساعد على تماسك المجتمع .
- ✓ توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات و المؤسسات اتجاهات الجمهور و احتياجاتهم و تطلعاتهم و هذا ما يساعد على احداث تعديلات على خدماتهم و منتجاتهم بما يتماشى مع حاجيات الجمهور .
- ✓ تحقق العلاقات العامة للجمهور الداخلي خدمات متنوعة مما يجعله مطمئنا و يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية و العدالة بما يمكن من تحقيق الولاء للمنظمة .
- ✓ تعمل العلاقات العامة على غرس و دعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير و هذا ما يساعد المجتمع و التنظيمات و مواجهة العقبات التي تحول دون تحقيق التنمية و الاستقرار في المجتمع .
- ✓ تحقق العلاقات العامة التكيف الانساني بين الاجهزة و الهيئات و بين الجماهير ، و هذا التكيف اصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة ، و بدونها لا يمكنها ان تصل الى اهدافها المنشودة².

2-1-5- وظائف العلاقات العامة :

نظرا للاهمية البالغة التي حضيت بها العلاقات العامة من طرف الباحثين فقد كثرت الاراء حولها متفقة في جوانب و مختلفة في جوانب اخرى ، و من بين الجوانب التي تعددت فيها الاراء من جانب الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة ، حيث وردت الكثير من الاراء حول هذه الوظائف فكانت هناك تقسيمات كثيرة طرحها العديد من الباحثين و المختصين في مجال العلاقات العامة و سنحاول ان نتطرق الى بعضها .

فقد حدد علي عجوة ثلاث وظائف للعلاقات العامة هي كالآتي :

¹ هناء حافظ البدوي :مرجع سبق ذكره ، ص 47.

² هناء حافظ البدوي :مرجع سبق ذكره ، ص 47.

- **الوظائف الاعلامية هي كالاتي :**
- العمل على توعية الجمهور بالسلع و الخدمات التي تقدمها المؤسسة و مساعدته في كيفية الاستفادة منها .
- احداث التفاعل الايجابي مع جماهير المؤسسة من خلال تطوير تقنيات الانشطة الاعلامية
- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة .
- **وظائف الاستعلام و تتمثل في :**
- الاستمرار في عملية اجراء البحوث المسحية للجماهير او الراي العام .
- العمل على تحليل مواقف الجماهير و الراي العام ، وذلك من أجل دعم ما هو ايجابي و معالجة ما هو سلبي .
- العمل على تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور.
- **وظائف التنسيق و تتمثل في :**
- العمل على ربط خطط العلاقات العامة مع خطط الادارات الاخرى.
- منع التدخل و الازدواجية و كذلك التعارض من خلال برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الانشطة الاخرى .
- التنسيق لفعاليات المتابعة و المرافقة لبرامج الإدارة¹.
- و يرى " **nickelles** " ان وظائف العلاقات العامة تتمثل في :
- فتح قنوات الاتصال مع فئات الجمهور المختلفة الداخلية و الخارجية .
- التعرف على وجهات نظر الجماهير إتجاه المنظمة و امدادهم بالمعلومات .
- القيام بدراسات و بحوث لتحديد النتائج الاقتصادية و البيئية و الاجتماعية لأعمال المنظمة.
- تقديم المساعدات المختلفة للإدارات مما يترتب عليها تغيير في السياسات و تعديل الاهداف الخاصة كالمنتجات و الخدمات المقدمة للجماهير .
- ايجاد حوافز للمشاركين في أنشطة الشؤون العامة كمجمع الاموال للجمعيات الخيرية .
- تلقي و فحص الشكاوى المنظمة من طرف العاملين و تصحيح اسباب هذه الشكاوى.
- القيام بتشجيع الاتصال المزدوج مع العاملين بالمنظمة ، و هذا لكسب التأييد من جانبهم و اعطاء صورة مشرقة عنها للخارج².

¹ محمود يوسف مصطفى عبده: مقدمة في العلاقات العامة، مراجعة سامي طابع، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004، ص 73.

² محمد فريد صحن : العلاقات العامة ، الدار الجامعية للطباعة و النشر و التوزيع ، الاسكندرية ، 1985، ص ص 44، 45.

و هناك العديد من الباحثين و المختصين الذين يجدون وظائف العلاقات العامة في خمس نقاط اساسية هي كالآتي :

- البحث : و هو قياس اتجاهات الراي العام بين جماهير المؤسسة في الداخل و الخارج ، و تقدير مدى نجاح الحملات الاعلامية و الدعائية ووسائلها المختلفة .
- التخطيط : يتمثل في رسم السياسات العامة و إستراتيجيتها و تحديد اهداف قصيرة و طويلة المدى من قبل اخصائي الإدارة و توزيع المهام تبعا لذلك.
- الاتصال : و هو الاتصال بالجماهير المستهدفة و تحديد الوسائل الاعلامية المختلفة و المناسبة لكل جمهور ، و تأمين الاتصال بالهيئات و الافراد و قادة الراي في المحيط الخارجي للمنظمة ، من اجل تنفيذ الخطط .
- التنسيق : اي تنسيق الاتصال بين الادارة العليا و باقي المستويات الادارية الاخرى و تقديم الخدمات لباحث الادارة و مساعدتها في انتقاء الموظفين بالاضافة الى تكوين علاقات طيبة مع وكلاء المؤسسة .
- التقييم : يتمثل في تقييم البرامج الموضوعة للعلاقات العامة فتقوم بقياس النتائج المحصلة فعليا و تحديد النقائص و الانحرافات و من ثم وضع الاجراءات المناسبة لتصحيح الاخطاء و تقييم الانحرافات ، و ذلك لضمان فعالية اكبر للبرامج ، و تحقيق اوسع للاهداف المرجوة .
- الانتاج : و يقصد به الانتاج الثقافي و الفني و التوعوية و تقييم الشعارات و المعارض و المواد الدعائية التي تحمل شعار المؤسسة و عناوينها و منتجاتها¹.

2-2- المشتغلون بالعلاقات العامة:

لقد أثبتت التجارب أن نجاح الجهاز التنظيمي في تحقيق أهداف المنشأة أو المنظمة يعتمد على الموارد البشرية المناسبة لشغل الوظائف المختلفة، وذلك باختيار العاملين الملائمين وتعيينهم في الوظائف التي تناسب استعداداتهم وصفاتهم الشخصية والقيام بتدريبهم لتحقيق تفهمهم للأعمال المسندة إليهم ليشعر العامل بالرضا النفسي عن العمل الذي يقوم به والذي ينعكس على كفاءته الإنتاجية.

❖ خصائص القائمين بالعلاقات العامة :

• أولا: المؤهلات الشخصية :

¹ عبد الكريم راضي الجبوري: العلاقات العامة فن و ابداع، دار الهلال للنشر و التوزيع، بيروت ، 2007، ص 36.

- **الجاذبية:** كان من الصعب تحديد الصفة تحديدا دقيقا، إلا أنه من السهل أن تشعر بها وتراها في معاملتنا مع الغير، فالبعض تولد معه هذه الخاصية، والبعض يكتسبها مع الآخرين بينما يفتقر إليها البعض ولا يستطيع اكتسابها، ومن مظاهر هذه الصفة سماحة الوجه ورقة الحديث وتناسب القوام وحسن الهندام.
- **الإحساس العام:** والقدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير أو نشازه عنهم، وأن يعرف من سيكسب أو يتكلم ومتى يدافع أو يهاجم ، كما أن الحرص ضروري جدا حتى لا تؤدي زلة اللسان إلى المشكلات التي قد يصعب حلها أو تداركها.
- **حب الاستطلاع:** لا بد أن تتوفر لديه الرغبة المستمرة في أن يعرف عناصر الأحداث، ماذا، لماذا متى أين، من، فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق ولن يكون قادرا على تفسير الأحداث.
- **الكياسة:** يتوقف نجاح رجل العلاقات العامة على مدى تأثيره في تفكير الآخرين، وهو ما يتطلب قدرا من الدقة والكياسة فالغلطة تولد دائما الامتعاض والاستياء.
- **الاعتزان:** يتضمن نشاط العلاقات العامة الاتصال بالأفراد والجماعات ومن أهداف هذا الاتصال تحقيق التفاهم، وكسب التأييد وخلق انطباع طيب عند الجمهور، والاعتزان هو أحد مكونات هذا الانطباع بالإضافة إلى أنه يساعد رجل العلاقات العامة على مواجهة المشكلات في هدوء واتخاذ السياسات الحكيمة التي تؤدي إلى التغلب عليها.
- **الاهتمام بالآخرين:** إذا كانت وظيفة العلاقات العامة هي تحقيق التفاهم عن طريق الاتصال بالآخر فمن المحتم أن يكون القائم بهذه الوظيفة مقبلا على الغير، محبا للاندماج معهم لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيه .
- **الاستمالة:** حيث أن الهدف من التأثير في الآخرين يتضمن تغيير أفكارهم، فلا بد أن تكون لرجل العلاقات العامة على استمالة الغير لأفكاره، وعليه أن يحلل وجهات النظر المعارضة ويكشف ما فيها من تغييرات قبل أن يقدم أفكاره .
- **الاستقامة:** فلا بد لأن يكون أخصائي العلاقات العامة مهذبا وخلوقا، مخلصا لوظيفته .
- **الموضوعية:** حيث ينظر إلى الأمور نظرة مجردة من الذات والتوصيات المطروحة والتعرف على العيوب، وعدم التحيز لأي جهة أو فريق أو شخص.
- **الخيال الخصب:** فالعلاقات العامة وظيفة خلاقة تعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات لهذا فإن القدر على الإجابة الصحيحة على السؤال: ماذا يحدث لو؟، تساعد على وضع الحلول المناسبة!¹

ثانيا: **المؤهلات الاتصالية:**

¹ علي عوجة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتاب، القاهرة، 2000 ،ص 63.

-القدرة على القراءة والاستماع والكتابة: وذلك من أجل الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر، كما أن القدرة على الكتابة من أهم الخصائص التي ينبغي توافرها في المشتغلين بالعلاقات العامة، وذلك من أجل نقل الأفكار والمعلومات الصحيحة

-التخاطب: وهي تعني القدرة على التحدث الجذاب والمنطقي المفهوم، لنقل أفكار المتحدث والتأثير في آراء المستمعين .

-الحس الفني: يستخدم مختص العلاقات العامة بالإضافة إلى الوسائل المطبوعة، الأفلام والمعارض والإذاعة والشرائح المصورة، وكذلك الاتصال العام في الراديو والتلفزيون، وهذا يحتم عليهم أن يعرفوا خصائص هذه الوسائل والفروق الفنية بينها .

- الإلمام بالعلوم الإنسانية واللغات: مثل الدلالة وعلم النفس، وعلم الاجتماع، الإدارة، الاقتصاد السياسة، التاريخ، القانون، مناهج البحث والإحصاء¹.

2-3- وسائل الاتصال في العلاقات العامة :

يعتبر الاتصال ضرورة إجتماعية و انسانية واقتصادية، ويعني الاشتراك في الاتجاهات والمشاعر والمعلومات، كما أنه عملية تفاعل تمكنا من التأثير والتكيف مع الازواج المختلفة، ونستخدمه كوسيلة رقابية يوفر البيانات والمعلومات اللازمة لتخطيط المستقبل، حيث يساهم في تقديم خدمات للجماهير الداخلية والخارجية وتوطيد العلاقات بين المنظمة الخدمائية وجمهورها الداخلي والخارجي.

لهذا تستخدم العلاقات العامة مع نشاطها الاتصالي العديد من وسائل الاعلام المختلفة منها القديمة والحديثة و الالكترونية، ونذكر من أهم الوسائل التي يتعامل معها أخصائيو العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية ما يلي:

➤ وسائل الاتصال الشخصي المباشر:

يوجد العديد من وسائل الاتصال الشخصي المباشر نوضحها كالاتي:

أ- الندوات والمؤتمرات: يتم فيها تبادل المعلومات والخبرات والتفاعل بين المرسل والجمهور، تستخدمها إدارات العلاقات العامة للتعرف على آراء المتخصصين في بعض الموضوعات، ويشترط في الندوة الفعالة حسن الاختيار للأفراد المؤطرين وتنظيم مواضيعها بدقة.

¹ علي عوجة : مرجع سبق ذكره ، ص 66.

ب – المحاضرات: تختلف عن الندوة في عدم مشاركة الجمهور الا بموافقة المحاضرين على ذلك، وهي وسيلة اتصال لفظية تستخدم لنقل الافكار والمعلومات لاعداد كبيرة من الافراد في نفس الوقت .

ج – الخطابات: تعتبر الخطابات والرسائل أحد وسائل الاتصال الشخصي الغير مباشرة تعمل على نقل الافكار بالكلمات المكتوبة وتهدف إلى الاتصال السريع المباشر مع فئات معينة ومحددة من الجماهير وغير مكلفة.

د-الرحلات: هي من أهم الوسائل التي توظفها العالقات العامة للترويج عن أفراد الجمهور الداخلي وتقوية أواصر الصداقة بينهم ونجاح الرحلة مرتبط بمجهودات جبارة.

هـ –الزيارات: الزيارات نوعا ما من الاحداث الخاصة التي تقوم بها المنظمة قصد إظهار تجهيزاتها مكانياتها وشرح الطريقة التي تعمل بها، ومثل هذه الزيارات عادة ما تتم في أوقات معينة والا انقلب التأثير الطيب المرغوب فيه وهي تتطلب جهود جبارة من أخصائي العلاقات العامة و تأثير سيء يلحق الضرر بالمؤسسة¹ .

و- المقابلات : المقصود بها ليس المقابلات العارضة بل المقابلات التي تتطلب التخطيط المسبق، والتي تهدف لتحقيق هدف معين مثل المقابلات الاقناعية التي يجريها أخصائي العلاقات العامة لإقناع الجمهور بأمر معين .

ز- المعارض و الاسواق التجارية : تعتبر أداة من أدوات العلاقات العامة وتجدر أهميتها بالتعريف بالمنتجات والخدمات و الانشطة التي تقدمها المؤسسة.

ويستخدم فيه إلى جانب عرض السلع أكثر من وسيلة من وسائل الاعلام الاتصال كالأفلام السينمائية، الكتيبات، النشرات المجلات.

ح – الكتيبات: وسيلة اتصالية خاصة مقروءة في مجال العلاقات العامة والتي تهدف إلى إحاطة المرسل إليهم من الجماهير بأفكار ومعلومات عن المنظمة وسياساتها وانجازاتها بهدف كسب ثقتهم وتأييدهم ويتضمن الكتيب بيانات تهم جمهور المنظمة، ويوجد عدة أنواع من الكتيبات، فمنها خاصة بالعاملين وأخرى خاصة بزوار المنظمة توضح لهم أهداف المنظمة وسياساتها، ونوع آخر من الكتيبات يوزع على رجال الصناعة والتجارة وغيرهم .

ط – النشرات: تصدرها المؤسسة، وتعتبر من وسائل الاتصال بالكلمة المقروءة وهي من بين الوسائل الخاصة حيث تستهدف جماهير معينة من المنظمة.

¹ صالح خليل ابو اصبع :العلاقات العامة و الاتصال الانساني ،جار الشروق ، عمان ،1998،ص111.

فالمؤسسة تقوم بوضع النشرة الخاصة وتوزعها على جمهور أو أكثر من جماهيرها الخاصة مثل الجماهير التالية:

- **جمهور العمال:** مثل إصدار نشرة لخدمة طالب الجامعة أو لخدمة المسافرين على الخطوط الجوية أو لخدمة الاتصالات .
- **جمهور الموزعين:** اعلامهم بسياسات المؤسسة وتثقيفهم بشأن المنتجات أو الخدمات المقدمة واستخداماتها وفوائدها .
- **جمهور المستهلكين للسلعة أو المنتفعين بالخدمة:** اعلامهم عن مميزات معينة للسلعة أو الخدمة المقدمة واستخداماتها، وذلك عن سياسات المنظمة وخططها وبرامجها وانجازاتها .
- **جمهور المتخصصين:** من رجال الصناعة والتجارة اعلامهم بسياسات وخطط المنظمة وانجازاتها ودورها في ميدان العمل .
- **جمهور رجال المجتمع أو قادة الرأي:** اعلامهم بأنشطة المنظمة وانجازاتها وسياساتها¹.

ك - المراسلات: هي تماثل الكتيبات، وهي وسيلة اتصالية خاصة ومقروءة، تهدف إلى إحاطة المرسل إليهم من جماهير المنظمة بالمعلومات والبيانات فيها في شكل خطابات أو رسائل موجهة إلى الافراد على عناوين منازلهم، لما لها من أثر ايجابي على استمرارية العلاقات الطيبة .

ل - الاجتماعات الدورية: هي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي والمباشر كالاجتماعات بين رئيس الجامعة أو أعضاء الهيئة التدريسية أو المدير العام مع مدراء الاقسام في دائرته لغرض بحث موضوعات معينة، أو الاجتماعات بين رجال الادارة والعاملين أو بين ممثلي المنظمة وممثلي المستهلكين أو الموردين أو المستثمرين أو غيرهم².

➤ **وسائل الاتصال الجمعي:** من أهم وسائل الاتصال الجمعي نجد:

أ- **مجلة المؤسسة:** هي إحدى المطبوعات التي تصدرها المؤسسة في مناسبات معينة أو بصورة دورية للاتصال بالجمهور وتزويده بكل المعلومات التي يرغب في معرفتها بغرض التميز أو تحسين الصورة الذهنية لدى المؤسس³.

ويوجد ثلاث انواع من المجالات :

- مجلة موجهة للجمهور الداخلي خاصة بالعاملين في المؤسسة

¹ صالح خليل ابو اصبح :العلاقات العامة و الاتصال الانساني ،مرجع سبق ذكره ،ص 111.

² كي محمود هاشم: العلاقات العامة ،شركة ذات السلاسل للطباعة و النشر و التوزيع ،الكويت ،1990،ص 173.

³ لبنان هاتف الشامي : العلاقات العامة المبادئ و الاسس العلمية ،دار اليازوري العلمية ،2001،ص 101.

- مجلة المؤسسة الخارجية، ويكون توزيعها إلى الجماهير الخارجية التي لها علاقة بالمؤسسة أو الافراد العاملين، فهدف القيام بمجلة المؤسسة هو بناء الولاء وتحسين خلق الانتماء ومواجهة الشائعات وسوء الفهم وترويج نشاطات العاملين وتفسير السياسات والتعليمات.

ب - الصحف: تعتبر الصحف السلطة الرابعة بعد السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية وقد صدرت أول صحيفة في 100 قبل الميلاد في الصين الا أن بعض المصادر تشير إلى أن البابليين كانت لهم جريدة تسجل فيها الحوادث يوميا كما تشير مصادر أخرى إلى أنه هناك جريدة رومانية صدرت في 21 قبل الميلاد وأن الامبراطور الروماني يوليوس قيصر هو الذي أسس وأمر بتدوين جميع الاعمال اليومية على لوح يعلق في الميادين العامة، ثم صدرت العديد من الصحف خلال القرون الوسطى وكان غرضها نشر الاخبار والحوادث فالصحافة بمفهومها اليوم بدأت بعد اختراع الطباعة وأصبحت سريعة الانتشار ورخيصة الثمن حيث أصبحت لها مهام عديدة من بينها: الاعلانات التجارية - التثقيف - التسلية - التوجيه - بالإضافة إلى نشر المعلومات و الاخبار وهناك من الكتاب من يقسم الصحف على حسب مدى انتشارها وكيفية توزيعها حيث يقسمها إلى صحف عامة وخاصة، صحف مهنية - صحف إقليمية¹.

ج -التقرير السنوي: إن التقرير السنوي موجه بشكل عام إلى الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة مثل أعضاء النقابات، الجمعيات التعاونية، الهيئات، مجالس الادارة أو الاجهزة الرقابية المختلفة، ويتضمن التقرير السنوي أيضا الامور المالية التي تبين النفقات وحسابات الربح والخسارة والجهود الاعلانية والجوانب القانونية والحالة الاقتصادية.

د-الملصقات: وهي عبارة عن لوحات صغيرة من الورق تلتصق داخل إطارات خشبية تعلق على الجدران أو على جوانب الطرق ومداخل المدن والمواقع الجماهيرية أو المعارض والمتاحف، وتعتبر من أهم وسائل الاتصال البصرية في عمليات التوعية و الارشاد، غير أنها لا تستعمل وحدها بحيث يجب أن تكون جزء من برنامج أو خطوة إرشادية منظمة، وهي تؤدي إلى إثارة الناس وتدعوهم للعمل في الموضوعات التي تصمم من أجلها

هـ-صحف الحائط: وهي عبارة عن صفحة واحدة قد تطبع على وجه واحد أو على الوجهين، في هذه الحالة تعلق بها نسختين يظهر الوجه الاول لاحدهما والوجه الاخر لثانيهما، ويمكن إنتاج الصحيفة بالكتابة بخط اليد على الورق الكبير.

¹ محمد ناجي الجوهر : وسائل الاتصال في العلاقات العامة ، ط1، دار المجدلوي للنشر و التوزيع ، عمان، الاردن، 2001، ص 89.

و-لوحدة الاعلانات: هذه من أكثر الوسائل استعمالاً من طرف إدارة العلاقات العامة، ولها فوائد كبيرة خاصة إذا استخدمت بشكل صحيح¹.

➤ وسائل الاتصال السمعية البصرية:

● الوسائل السمعية :

-الإذاعة: تضم هذه الوسيلة جمهور واسع مع اختلاف فئاته وتتخذ العلاقات العامة للوصول إلى جماهيرها عن طريق الإذاعة عدة أشكال منها الربورتاج الإذاعي - التمثيل، وتحضى الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية بمميزات عديدة أهمها سعة الانتشار وقوة التأثير، وتتميز الكلمة المذاعة بالسرعة وميزة النقل.

-الهاتف: هو من بين الوسائل المهمة التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة للاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي، وتزداد فعاليته خاصة في التطورات الجديدة التي ألحقت به كربط جهاز الهاتف بجهاز الاستقبال.

● الوسائل السمعية البصرية :

-التلفزيون: يتميز على الراديو بتوظيف الصوت والصورة والحركة معاً، وهو من أكثر الوسائل انتشاراً وأكثرها جاذبية للجمهور، ويمكن لخبراء العلاقات العامة من استغلال برامجه لتمير الرسائل الإعلامية .

-السينما: هي من بين الوسائل السمعية البصرية، وتعتبر وسيلة باهظة النفقات خاصة إذا جاءت في شكل أفلام سينمائية تلجا إليها المنظمات الكبرى للوصول إلى جماهيرها.

وهناك بعض من الوسائل الاتصالية الأخرى تتمثل في:

- التلغراف: وسيلة فورية وسريعة للاتصال عن بعد، تعتمد على الاسلاك لارسال الاشارات واستقبالها بواسطة جهاز واحد أو عدة أجهزة ويمكن أن يكون لا سلكي، وهو يتطلب وجود مترجم لتحويل الاشارة إلى رموز لغوية .

-التيلكس: جهاز يشبه آلة الكتابة، وما يؤخذ عليه هو عجزه على النصوص المحررة .

-الفاكس: يتميز بقدرته على الارسال من خلال الهاتف أو من خلال الموجات اللاسلكية².

➤ وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة:

- اتصالات الحاسب الالى أو البريد الالكتروني: تستخدمه العلاقات العامة لتحقيق الاتصال بأفراد الجمهور الداخلي والخارجي على السواء.

¹ غريب السيد و اخرون :علوم الاجتماع و الاتصال و الاعلام ،دار المعرفة الجامعية ،الازرطية ،2002 ،ص147.

² محمد منير حجاب و اخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص152.

- **الانترنت:** أصبحت الانترنت تحتل مكانة هامة وبارزة في عمل العلاقات العامة حيث أن جل المنظمات الان لها مواقع على الشبكة وازدهر عمل وكالات العلاقات العامة المتخصصة في وسائل الاعلام الاتصال الجديدة، وذلك يرجع إلى الخدمات التي توفرها هذه الوسيلة من قاعدة معلومات وبيانات و التفاعلية والتجارة الالكترونية وغيرها، وهو ما يشجع العلاقات العامة على اعتماد هذه الوسيلة التي هي في تطور مستمر¹.

- **الانترانت:** لقد أدى التطور التكنولوجي للاتصال إلى ظهور وسائل اتصالية جديدة خاصة تلك الموصولة بالكمبيوتر وهدفها هو تشخيص المعارف، وتنظيم المؤسسات، ومن أهم هذه الوسائل الانترانت التي تسمح بنقل وتبادل المعلومات بصورة أسهل وأسرع وأرخص بذلك، ومن أهم وظائفها البريد الالكتروني، انشاء صفحات وتسيير مختلف الفهارس والانتراناتية خاصة بكل مصلحة .

-**الاكسترنانت:** هي عبارة عن أنترنت بشكل موسع أي أنها تضم الاتصال بأقرب المتعاملين معها مثل الموردين، الموزعين...الخ ولضمان حياتها توضع لها كلمة السر تسمح لها بالدخول إلى مواقع انترنات المؤسسة المعنية، ومن فوائدها أنها تقوي روح الانتماء وتزيد من توثيق العلاقات بين الاعضاء وتنسيق الفروع مع المتعاملين معها².

على أساس مما سبق ذكره نستنتج أن وسائل الاتصال في العلاقات العامة في المؤسسة نوعين، إحداهما داخلية وأخرى خارجية، ففي عصرنا الحديث يوجد وسائل اتصال الكترونية، فكليهما هما فائدة للمؤسسة فهي تقويها وتضمن استمرارها. وعليه فان خبراء العلاقات العامة يهتمون كثيرا بنوعية الوسيلة المستعملة في المؤسسة وهذا ضمنا يصلها إلى الجمهور المستهدف والتأثير على ارائه لنجاح الرسالة

4-2- جمهور العلاقات العامة :

لكل مؤسسة من المؤسسات أو لكل منظمة أي كان مجال تخصصها يوجد بها الجماهير التي تتعامل معها بطريقة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة .

ويعرف الجمهور: بأنه " مجموعة من الاشخاص الذين يقعون داخل منطقة نشاط مؤسسة معينة من زبائن محتملين³.

ولقد قام خبراء من أهل الاختصاص بتقديم هذه الجماهير والتي تعد محور اهتمام العلاقات العامة إلى نوعين: **جمهور داخلي وخارجي**

¹ محمد منير حجاب و اخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص152.

² عبد الكريم راضي الجبوري : العلاقات العامة فن و ابداع ، ط 1، دار التسيير البحار ، بيروت ، 2001،ص 95.

³ محمد طلعت عيسى : العلاقات العامة كاداة للتنمية ،دار المعارف،مصر ، 1970، ص 64.

1- **الجمهور الداخلي:** ويشمل كل العاملين في المنظمة على جميع المستويات الادارية وجميع الوحدات التي تتكون منها المنظمة في مختلف الاقسام سواء كانت إدارية، أو إنتاجية، أو خدماتية.

و من اهم الصفات التي تتميز بها الجماهير الداخلية :

- مجموعة من الناس تربط بين أفرادها وحدة اجتماعية وتجمع بينهم مشاعر الولاء للوحدة التي تضمهم .

- يقرون بالصدقة والتضامن والتعاون، غير أن هذه المشاعر قد تكون عكسية لدى بعض الجماهير الداخلية، فيشعرون فيما بينهم بالكراهية.

- يتميز الجمهور الداخلي بقدر من الاستقرار النسبي، نتيجة لتواجد أفراده داخل بناء تنظيمي و له اجراءاته التي تنطبق عليهم قواعده وأنظمتها¹.

فالجمهور الداخلي له أهمية كبيرة و دور فعال في سيرورة نشاطات المؤسسة وكذلك دوره في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، وتحسينها، في نظر الجمهور الخارجي، وهو يأتي في المقام الاول من حيث اهتمامات العلاقات العامة.

2- **الجمهور الخارجي:** يشمل جميع الافراد الذين يقيمون خارج المؤسسة أو المنظمة ويكون ارتباطهم بشكل مباشر أو غير مباشر وهو نوعين:

أ- **الجمهور النوعي:** يشمل جميع الافراد الذين يرتبطون بالمؤسسة ويجمعهم اهتمامات ومصالح وميول مشتركة، وعليه فإن المؤسسة لها جمهور نوعي واحد.

ب- **الجمهور العام:** يتمثل في الجماهير النوعية المختلفة التي تتعامل معها المؤسسة بصفة مباشرة أو غير مباشر².

ما سبق ذكره يتضح أن العلاقات العامة في أي مؤسسة تجعل محور اهتمامها نوعين من الجماهير، جمهور داخلي وجمهور خارجي حيث تعلمهم بسياساتها وبرامجها وتضمن لهم مشاركة فعالة في أنشطة هذه المؤسسة من قبل جماهيرها.

2-5- **العلاقات العامة كإدارة في المؤسسة:**

1-تنظيم إدارة العلاقات العامة:

¹ لعرابة صوفيا : البعد الاتصالي لاستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة قسنطينة ،2007، ص 108.

² لعرابة صوفيا ،مرجع سبق ذكره ،ص108.

يتطلب الأداء الفعال لوظيفة العلاقات العامة وقوعها في موقع مناسب في الهيكل التنظيمي للمنظمة تحت مظلة الإدارة العليا، في حين تختلف وظيفة عضو الإدارة العليا المسؤول عن العلاقات العامة من منظمة لأخرى باختلاف الهيكل التنظيمي الكلي لهذه المنظمة، وغالبا ما يكون المسؤول عن هذه الوظيفة وفي بعض الأحيان يشرف مجلس المديرين على هذه الوظيفة، وفي أخرى يتولى نائب المدير التنفيذي هذه الوظيفة إلى جانب غيرها من الوظائف ذات العلاقة مع الجماهير .

والشائع هو إطلاق اسم " إدارة العلاقات العامة " على الإدارة المعنية بأداء هذه الوظيفة على الرغم من مسميات أخرى مثل " الشؤون العامة " إدارة اتصالات المنظمة " أو " إدارة علاقات المنظمة"¹.

2- اساليب إدارة العلاقات العامة ومكانتها بالمؤسسة:

من الصعب رسم نظام معين لإدارة العلاقات العامة في منظمة من المنظمات، فهي تختلف حسب عوامل كثيرة ففي حالة صغر حجم المنظمة مثلا يقوم المدير بنفسه أو بواسطة معاون له من العاملين في المنظمة بأعمال العلاقات العامة، كما يختلف جهاز العلاقات العامة حسب مدى فهم القائمين بالإدارة فيها لأعمال العلاقات العامة من جهة، ومن ثم البناء التنظيمي لإدارة العلاقات العامة من جهة أخرى .

ومما سبق يمكن القول أن هناك أنماطا مختلفة لتنظيم وظيفة العلاقات العامة هي:

- يقوم بها شخص أو قسم متفرغ لها
- . يقوم بها شخص غير متفرغ من مستوى بسيط أو رئيس قسم .
- يقوم بها شخص غير متفرغ من مستوى مدير (مكتب)²
- جميع الموظفين في المؤسسة مسئولين عن العلاقات العامة - . ليس لها قسم ولا إدارة ولا يقوم بها أحد³.

ويشير الهيكل التنظيمي إلى البناء التنظيمي العام وأسلوب تقسيمه قطاعيا، ومستويات تقسيمه رأسيا، وتختلف المستويات التنظيمية في الهيكل العام للنظام الإداري فحيث نجد في

¹ راسم محمد الجمال : مقدمة في العلاقات العامة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ،2004، ص 83.

² احمد العابد : دليل العلاقات العامة بالمؤسسات والشركات ،مركز البحوث المتقدمة،الرياض،2001،ص104

³ احمد العابد : دليل العلاقات العامة بالمؤسسات والشركات ،مرجع سبق ذكره ،ص 104

بعض النظم تداخلا أو تباعدا بين المستويات التنظيمية في الهيكل العام للنظام الإداري ويمكن أن نتصور التقسيمات الرأسية الآتية في أغلب النظم الإدارية في العالم الحديث هي :

- المستوى الرئاسي .
- مستوى القرار التخطيطي .
- مستوى القرار الإجرائي .
- مستوى الإشراف المباشر .
- مستوى التنفيذ

وهذا ويمكن تصور انقسام كل من المستويات السابقة إلى مستويات فرعية داخلية بحسب نطاق الاشراف المناسب و طبيعة النشاط بينما تقسم ادارة العلاقات العامة تبعا لواحــــدة من التقسيمات التالية :

اولا: الأسلوب الاتصالي العام:

وتتوزع مسؤوليات الأقسام في هذا الأسلوب على أساس وسائل الاتصال الجماهيرية التي توجه رسائلها إلى الجمهور العام، فيكون هناك قسم الصحافة يتولى صياغة البيانات الصحفية وتوزيعها وتنظيم المؤتمرات الصحفية، ورعاية العلاقات بالصحفيين، بالإضافة إلى إصدار صحيفة المؤسسة، ويخصص قسم آخر للإذاعة والتلفزيون والإنتاج السينمائي، وللندوات، وأخيرا لإنتاج المطبوعات والنشرات، وفي بعض إدارات العلاقات العامة يخصص قسم مستقل للتخطيط الإعلامي، بينما يقوم بهذه الوظيفة في بعض الإدارات الأخرى مدير العلاقات العامة بمساعدة رؤساء الأقسام، ومن الواضح أن هذا القسم يعتمد على الوسيلة الإعلامية، ولذلك يسمى أحيانا بالأسلوب الإعلامي أو الوظيفي.

ثانيا: الأسلوب الاتصالي النوعي:

وفي هذا الأسلوب يتم توزيع العمل على الأقسام على أساس الجماهير النوعية للمؤسسة، فقسم الاتصال بالمستثمرين والمستهلكين، والموردين، وللمتعهدين، أو غير ذلك من الأقسام حسب طبيعة نشاط المؤسسة وعلاقتها .

ويكون كل قسم مسؤولا عن رعاية المؤسسة بكل قطاع من هذه القطاعات، سواء كان ذلك باستخدام وسائل الاتصال المباشر أو الاستعانة بالوسائل الجماهيرية،

ويسمى هذا الأسلوب أحيانا بالأسلوب الاتصالي، كما كان الإعلام شكلا من أشكال الاتصال فإن هذه التسمية تصبح تسمية شاملة غير معبرة عن طبيعة التقييم.

ثالثا: الأسلوب الاتصالي المزدوج:

يعتمد هذا الأسلوب على تخصيص بعض أقسام الإدارة للاتصال بقطاعات الجماهير المؤثرة على المؤسسة بشكل مباشر، بالإضافة إلى بعض الأقسام الإعلامية التي تقوم بإنتاج مواد الاتصال لخدمة الجمهور العام والجماهير النوعية كذلك، وليس هناك تفضيل مطلق من هذه الأساليب الثلاثة، فالأسلوب الأمثل هو ما اتفق مع حاجات المؤسسة وأهدافها¹.

¹ أحمد العابد، مرجع سبق ذكره، ص 104.

الفصل الثالث

1-3- مفهوم المؤسسة الصحية :

3-1-1- مفهوم المؤسسة الصحية: اهتمت العديد من البحوث والدراسات العلمية المتخصصة في المجال الصحي بتحديد مفهوم المؤسسة الصحية وتباين هذا المفهوم بالنسبة للأطراف التي تتعامل معها كل حسب نظرته الخاصة وحسب العلاقة بين هذه الأطراف والمؤسسة حيث تعرف:

***لدى المرضى:** على انها الجهة المسؤولة عن تقديم العلاج الاستشفاء والرعاية الطبية لهم

* **الحكومة :** إحدى مؤسساتها الخدمية المسؤولة عن تقديم كل ما يحتاجه المجتمع للنهوض بالواقع الصحي في البلد نحو الأحسن .

* **الإطار الطبي:** المكان الذي يمارسون فيه أعمالهم ومهامهم الإنسانية.

***إدارة المؤسسة:** مؤسسة مفتوحة على البيئة المحيطة بها، ومتفاعلة مع متغيراتها المختلفة، في ضوء ما حدد لها من أهداف وواجبات مسؤولة عن تنفيذها بشكل كفؤ وفعال .

***شركات الأدوية وباقي المؤسسات المعنية:** سوق واسع يستوجب إمداده بما يحتاجه من أدوية ومستلزمات . كما عرفت المؤسسة الصحية بأنها "كل مؤسسة تقدم الرعاية الصحية بشكل مباشر مثل المستشفيات، المراكز الصحية، العيادات و المراكز التخصصية أو بشكل غير مباشر مثل المختبرات والإدارات الصحية ذات الخدمات المساندة والصيانة الطبية.

* **أما منظمة الصحة العالمية :** فقد عرفت من المنظر الوظيفي بأنها ذلك الجزء المتكامل من التنظيم الاجتماعي والصحي الذي يعمل على توفير الرعاية الصحية الكاملة بشقيها العلاجي والوقائي والمواطنين ويصل بخدماته الخارجية إلى الأسرة في بيئتها المنزلية، وهو أيضا مركز لتدريب العاملين في الخدمة الصحية.

واستخدمت بعض الدراسات والبحوث مدخل النظم في تعريف المؤسسة الصحية فعرفتها بأنها" نظام كلي مركب من مجموعة من النظم الفرعية والتي تتمركز كل منها بطبيعة مميزة وخصائص خاصة والتي تتفاعل معها بغية تحقيق مجموعة من الأهداف الصحية المرجو" فهي بذلك عبارة عن" تركيب اجتماعي إنساني يستهدف تحقيق وتلبية أهداف محددة، يشمل مداخلات ومخرجات ويتكون من ثلاثة عناصر

أساسية ،أفراد وجماعات تحتاج لخدمات صحية، أفراد أو مهنيين متخصصون بميادين صحية متنوعة ومنظمات اجتماعية إنسانية تنظم أسلوب التقديم الخدمة الصحية وأسلوب التمويل و الشراء للخدمات وتقنين وتشريع الخدمات والتخطيط والتنسيق ورسم الأهداف والسعي المتواصل لتحسين الخدمات ومراقبة ذلك".

بتحليل المؤسسة على هذا الأساس يجب الأخذ بعين الاعتبار خصوصياتها المتمثلة في:

- النظر للمؤسسات الصحية على أنها مؤسسات اجتماعية عليها أن تحقق العدل عليها أن تحقق العدل الاجتماعي، هذه الخاصية فرضت عليها وضعية متناقضة فهي من جهة مضطرة إلى الحفاظ على بقائها ونموها بكل ما يتضمنه ذلك من خصائص المتعامل الاقتصادي، ومن جهة أخرى يتوجب عليها ضمان البعد الأخلاقي للإنتاج العلاجي لكون الصحة حق أساسي يقتضي توفير الخدمات الصحية الضرورية وإتاحتها للجميع.

- وجود نوعين من العاملين، مهني الصحة والمسيرين، فعلى المؤسسة الصحية مسؤولية إدارة الموارد والتحدي الحقيقي يكمن في القدرة على ضمان تسيير جيد للموارد بالمحافظة على الاستقلالية اللازمة للمهنيين حتى يؤدوا مهامهم¹.

3-2- أنواع المؤسسة الصحية: يمكن تمييز نوعين من المؤسسات الصحية:

أ- المؤسسات المنتجة للخدمة الصحية: على سبيل المثال المستشفيات، العيادات ومركز العلاج.

ب- المؤسسات الغير المنتجة للخدمة الصحية: تتمثل في وزارة الصحة وكل الهيئات الإدارية المختصة في متابعة البرامج الصحية وتسيير العلاقات مع المؤسسات المنتجة للخدمة الصحية.

كما تعددت تصنيفات المؤسسات المنتجة للخدمات الصحية، نظرا لتعدد التعريفات التي تناولتها من جهة وتعدد الأنشطة التي تقوم بها من جهة أخرى، يمكن تقسيمها حسب المعايير التالية:

¹ نجاة صغيرو: تقييم جودة الخدمات الصحية ، دراسة ميدانية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، تخصص اقتصاد تطبيقي و تسيير المنظمات ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، الجزائر ، 2011 - 2012 ص 43.

1-التصنيف حسب الملكية والإشراف: يمكن التمييز بين نوعين من المؤسسات حسب هذا المعيار:

أ- **المؤسسات الحكومية:** تمتلكها وتديرها الأجهزة الحكومية ولاهدف إلى تحقيق الربح تأخذ عدة أشكال أهمها:

1_ المؤسسات الحكومية العامة: تتميز بملكيتها للدولة أو إحدى الهيئات الرسمية التي تقوم بالإشراف عليها، تضم أكثر من قسم و تخصص و لخدمة جميع فئات المجتمع بالمجان أو مقابل دفع رسوم رمزية.

2_ المؤسسات الحكومية لخدمة فئات خاصة: تتميز بتبعيتها لوزارة أو مصلحة حكومية معينة بحيث تقتصر خدماتها على العاملين وأسراهم في هذه الجهات على سبيل المثال: المستشفيات العسكرية.

3_ المؤسسات الحكومية التخصصية: تتخصص هذه المؤسسات في تشخيص وعلاج حالات مرضية معينة، على سبيل المثال العيادات المتخصصة في علاج الأمراض الصدرية¹.

4_ المستوصفات والوحدات العلاجية: هي مؤسسات صغيرة الحجم، تقتصر الخدمة فيها على إجراء الكشف الطبي ووصف العلاج للمرضى بالمجان أو مقابل رسوم محدودة نسبياً.

5_ المستشفيات الجامعية: هي نوع من المستشفيات التي تلحق بكليات الطب تقدم نفس خدمات المؤسسات العامة.

ب- المؤسسات الخاصة: تختلف المؤسسات الخاصة عن المؤسسات الحكومية في أنها تكون ملك الأفراد أو جمعيات خيرية أو شركات خاصة، ويتم إدارتها وفقاً لأسلوب إدارة الأعمال بالقطاع الخاص مع سعيها الدائم لتحقيق الربح من أهم أنواعها:

• **مؤسسات بأسماء أصحابها:** تحمل هذه المؤسسات أسماء أصحابها من أطباء وأساتذة يتولى هؤلاء إدارتها وتقديم الخدمات في مجال تخصصهم وذلك مقابل الحصول على أتعاب يتم الاتفاق عليها مع المرضى.

• **مؤسسات الجمعيات الغير حكومية:** يقوم بإنشائها جمعيات غير حكومية مثل الجمعيات الدينية والخيرية عن طريق الهبات و التبرعات التي تحصل عليها، قد تأخذ شكل المؤسسات العامة أو المؤسسات التخصصية و ذلك من حيث خدماتها

¹ نجاة صغيرو : نفس المرجع ، ص 5-7.

الشخصية والعلاجية، ولا تسعى إلى تحقيق الربح و إنما إلى تقديم خدمات صحية بالمجان أو بأسعار رمزية.

• **مؤسسات صحية استثمارية:** يمتلكها أو يديرها أفراد أو شركات خاصة تهدف تحقيق أرباح من الخدمات التي تقدمها، تأخذ شكل شركات المساهمة أو ذات المسؤولية المحدودة وتكون خدماتها متخصصة في مجالات طبية معينة.

2-التصنيف حسب الموقع و السعة السريرية: وحسب هذا المعيار تنقسم إلى ثلاث أنواع:

- **مؤسسات مركزية:** التي تخدم تجمعات سكنية متوسطة تقع ضواحي المدن، وتتراوح سعتها السريرية ما بين 100 و 500 سرير¹.
- **مؤسسات المناطق الإقليمية:** والتي تقوم بتقديم خدمات تخصصية لا تستطيع توفيرها أغلب المستشفيات الأخرى في منطقة ما، هذا وتتوقف سعتها السريرية على الإحتياجات الصحية للأفراد.
- **مؤسسات محلية صغيرة:** التي تقدم خدمات سكنية صغيرة و لا تزيد سعتها السريرية عن 100 سرير.

3- التصنيف حسب لمعيار جودة الخدمة الصحية المقدمة: تنقسم المؤسسات الصحية حسب هذا المعيار حسب هذا المعيار إلى:

- **المؤسسات المعتمدة:** هي تلك التي تعترف بها بعض الهيئات العلمية التخصصية حيث تمثل للشروط والضوابط التي تكفل قيامها بأداء خدماتها الصحية بمستوى أفضل.
- **المؤسسات الغير معتمدة:** هي التي لا تمثل لأي شروط أو ضوابط من قبل الهيئات المتخصصة.

4 - التصنيف حسب معيار التخصص: تصنف المؤسسات الصحية حسب هذا المعيار إلى:

- **مؤسسات عامة:** تجمع بين أكثر من تخصص وقسم وتخدم مناطق واسعة من السكان
 - **مؤسسات متخصصة:** تتخصص في علاج نوع واحد من الأمراض.
- وهناك معايير أخرى لتصنيف المؤسسات الصحية نذكر منها:

¹ نجاة صغيرو : نفس المرجع ، ص 7.

- **الربحية:** وهي مؤسسات تسعى إلى تحقيق الربح.
- **مدة إقامة المريض:** مؤسسات ذات إقامة قصيرة ومؤسسات ذات إقامة طويلة.
- **الجنس:** مؤسسات مخصصة لفئة معينة حسب جنس المريض مثل مستشفى أمراض النساء و التوليد.
- **العمر:** مؤسسات مخصصة لفئة معينة حسب عمر المريض مثل مستشفى الأطفال¹.

3-3- العلاقات العامة في المؤسسة الصحية ومدى انتشارها فيها:

ان النظام الصحي في المجتمع يتمحور حول المستشفيات التي تشكل نواة هذا النظام وتحولت هذه المستشفيات إلى صروح طبية تفتخر بها الدولة ويعتز بها المجتمع كذلك لا بد من الإشارة إلى تزايد الكم الإعلامي الهائل في المجال الصحي وأن المواطن العادي أصبح يتعرض لإصلاح صحي توجهه له العديد من الجهات، هذا الكم الإعلامي يأخذ شكل الحملات الصحية الساعية إلى تعليم المواطنين مفاهيم وأنماط سلوكية معينة أو تأخذ شكل جهود مخططة تهدف إلى تحقيق أهداف صحية مرتبطة بأهداف الجهة المصدرة.

يمكننا اعتبار هذه الأشكال اقرب إلى مفاهيم العلاقات العامة وأساليب عملها من أي مفهوم آخر وبالتالي فقد كان من المفروض أن تلقى وظيفة العلاقات العامة انتشار وإسعافى القطاع الصحي في المستشفيات بحيث تعتبر الخدمة الصحية من ابرز الخدمات المعاصرة، ونظرا للتزاحم الحاصل في مجالات هذه الخدمة بين المنظمات القطاع العام و القطاع الخاص الذي أصبح يلعب دورا مهما في هذا المجال في معظم الدول المعاصرة ونظرا لنمو الوعي الصحي لدى معظم فئات المجتمع المعاصر، والإقدام على مراجعة المؤسسات الصحية طلبا للرعاية أو العلاج فقد أصبحت إدارات العلاقات العامة تلعب دورا مهما في هذا المجال ومن أهم ما يمكن أن تقوم به:

- تنظيم البرامج الإعلامية من الخدمات والتسهيلات التي تقدمها المنظمات الصحية التابعة لها و ذلك لإرشاد المواطنين وتعريفهم بها ومدى حاجتهم لمثل هذه الخدمات.

¹ نجاة صغيرو : نفس المرجع ، ص 8-9.

- تقوم إدارة العلاقات العامة بتقديم البرامج التوجيهية و الإعلامية في حالات الأزمات والأوبئة أو تفشي بعض الأمراض السارية، وذلك لتوجيه المواطنين وتعليمهم التصرف وما هي السلوكيات الوقائية التي عليهم إتباعها ولهذا أثره الهام جدا في مواجهة انتشار مثل هذه الأمراض، وخاصة عند استعمال وسائل الإعلام أكثر انتشارا وسرعة كالراديو والتلفزيون والصحافة. .. ناهيك عما تقوم به المراكز و المستوصفات الصحية في المناطق التي توجد فيها عند تزويدها بالمواد الإعلامية الكافية واللازمة وعلى إدارات العلاقات العامة تزويدها بذلك¹.

- تتلقى إدارة العلاقات العامة شكاوي وتظلمات وتمنيات الجماهير وتقوم بجمعها والوقوف على المشكلات التي يعانون منها في علاقات الصحية.

- تعمل العلاقات العامة على تنمية الوعي الوطني، وعلى بث روح الخدمة في صفوف العاملين في منظمات الخدمات الصحية، أطباء وممرضين وإداريين ومساعدين وفنيين ومستخدمين.

- تعمل إدارة العلاقات العامة على نشر اللافتات والتعليمات والإرشادات للمواطنين لتنظيم طريقة مراجعاتهم وزياراتهم للمنظمات الصحية وذلك ضمانا لسلامتهم وسلامة المرضى الآخرين في هذه المنظمات وتلك مهمة أساسية يجب عدم التقليل من قيمتها وإلا فقد تنزع الثقة في سلامة ومستوى الخدمة التي تقدمها مثل هذه المنظمات، مما يؤثر على سلامة ومستوى الخدمة التي تقدمها مثل هذه المنظمات، مما يؤثر على سمعتها وربما إفسالها إذا كانت تعمل في القطاع الخاص أو يؤدي إلى العمل على إجراء تغييرات جذرية في إدارتها وعلى رأسها إدارات العلاقات العامة إذا كان الحديث عن المنظمات الصحية أو القطاع العام.

- تعمل العلاقات العامة على تمتين العلاقات الداخلية بين كافة العاملين في هذه المنظمات بما ينعكس ايجابيا على الخدمة الصحية وتقدم المنظمات المعنية لها².

وتمارس العلاقات العامة في المستشفيات عبر صور أو أدوار ومن بين الأدوار التي يجب أن نتطرق لمعالجتها في برنامج العلاقات العامة ما يلي:

• **أتباع النظام العام وإرشادات المستشفى:** يتناول هذا الأمر توجيه الجمهور من المرضى والمراجعين والزوار على أتباع النظام المعمول به في المستشفى وأتباع الإرشادات الموجودة في المستشفى مراعاة الإعلانات على مختلف

¹ محمد عساف عبد المعطي، فالح صالح محمد: أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر و التوزيع، بدون سنة، ص199.

² محمد عساف عبد المعطي، فالح صالح محمد: أسس العلاقات العامة، مرجع سابق، ص 200.

أنواعها، مما يساعد على تنظيم سلوك رواد المستشفى وأوقاتهم واختصارها بشكل منظم ومعقول.

● **احترام أوقات الزيارة:** ومن الأمور الهامة لبرنامج العلاقات العامة في المستشفى هو احترام أوقات زيارات المرضى، فالمريض بحاجة إلى راحة، ولا يتمكن من استقبال الأهل والأقرباء والزملاء في كل وقت، ثم أن للمستشفى إدارة ونظام للأدوار والنشاطات، وتحتاج إدارته لإجراء أعمال النظافة في أوقات معينة قبل حضور الزوار أو بعدم مغادرتهم للمستشفى أضف إلى ذلك النشاطات الداخلية والتي تتعلق بتدريب الطلبة التابعين لكلية الطب وتدريب العاملين في مجال التمريض والقيام بنشاطات أخرى لا تسمح بوجود الزائرين.

● **التقيد بالتعليمات الخاصة بتحديد مواقف السيارات:** إن هناك العديد من الزوار الذين يوقفون سياراتهم في الأماكن المخصصة للأطباء والموظفين، أو في الأماكن المخصصة بسيارات المستشفى أو السيارات التي تقوم على الخدمات والأغذية للمستشفى، وإن في كل ذلك مخالفات أخلاقية من قبل الزوار أو المراجعين قد تعطل على العاملين أو الأطباء وصولهم إلى مراكز أعمالهم في الوقت المحدد.

ومن الضروري أيضاً أن يوضح برنامج العلاقات العامة للمواطنين عدم وقوف سياراتهم أمام مداخل المستشفى أو أمام باب الطوارئ نظراً لأهمية إبقاء هذه المداخل سالكة لاستقبال المرضى والمصابين بالحوادث واستقبال الأطباء والعاملين بالمستشفى أيضاً، كذلك لفت نظر السائقين إلى ضرورة احترام راحة المرضى بعدم استعمال أبواب السيارات في منطقة المستشفى إلا في حالات الضرورة القصوى.

● **المحافظة على ممتلكات المستشفى:** إن من واجب إدارة العلاقات العامة في المستشفى أن تشير إلى بعض الأدوات و المعدات التي في متناول يد الجمهور ليحافظ عليها، وكأنها ملكهم الخاص وأن يراعي كل زائر نظام المصاعد في الصعود والنزول وخاصة بالنسبة للحمولة المقررة للمصعد، فإذا كانت طاقة المصعد القصوى محددة بأربعة أشخاص، فإن الحمل الزائدة ستعطل المصعد وقد يتطلب موضوع إصلاحه إلى عدة أيام وبالتالي سيؤثر ذلك على مستوى الخدمة العامة التي يقدمها المستشفى للجمهور وكذلك الأمر يجب أن يحافظ الزائر على كافة الممتلكات الأخرى كهواتف المستشفى وعدم العبث بأجهزة التدفئة والتبريد والأكسجين وأثاث المستشفى ومعداته على مختلف أنواعها.

- **المحافظة على النظافة العامة:** النظافة من الإيمان، وعلى كل مواطن وموظف ومستخدم في مختلف أجهزة المستشفى أن يحافظ على نظافته بمختلف مرافقه وأروقته وأجهزته وأن من واجب كل العاملين والمرضى والمراجعين والزائرين أن يحافظوا على أكبر مستوى من النظافة فيه، فقد يلقي الزوار أعقاب السجائر وأعواد الثقاب وأوراق الحلوى وما دون ذلك، ولا يدل هذا إلا على عدم الإحساس بالمسؤولية وعدم احترام النظام وعدم مراعاة الأخلاق.
- **عدم إحضار الطعام إلى المستشفى:** وهذا الأمر يتعلق أيضًا بشؤون النظافة العامة والشؤون الطبية والإدارية، فالمريض الذي يدخل المستشفى يدخله لأسباب مرضية تتعلق بصحته، وقد يكون منها الإفراط في الأكل أو تناول أنواع معينة من الأكل والشراب لا تناسبه، فالمريض بالسكر أو بأمراض القلب مثلا لا يتناول في المستشفى إلا أنواعًا معينة من المأكولات حسب توجيهات الطبيب المشرف، ويجب أن لا يتعداها إلى سواها، لأنه يصبح تحت مسؤولية إدارة وإشراف المستشفى، وأن الجهة المسؤولة عن التغذية والإشراف عليه من ناحية الأكل والشرب والنظافة هي المستشفى من أطباء وممرضين وإداريين. وقد يحدث أن بعض المرضى يأكلون خلسة ما يحضره له الزائرون ويهديه له أقاربه مما يؤثر على صحته.
- **التبرع بالدم:** تحتاج المستشفيات لكميات كبيرة من الدم بسبب حاجة بعض المرضى للدم في العمليات الجراحية، وبإمكان برنامج العلاقات العامة في هذا المجال الاعتماد على وسائل الإعلام، والتوعية المختلفة والقيام بزيارات ميدانية للمدارس والجامعات والمؤسسات العامة والشركات الكبرى لشرح الأمور الصحية المتعلقة بالتبرع بالدم ويجرد بالمستشفى أن يتعاون مع المستشفيات الأخرى في هذا المجال بحيث يزودهم بما يحتاجونه من وحدات دم في بعض الحالات الطارئة ويطلب مساعدتهم عندما يحتاج هو الآخر لوحدات من الدم.
- **عدم اصطحاب الأطفال إلى المستشفى:** يعتبر الطفل أكثر قابلية للعدوى من الأوبئة وبعض الأمراض الخطيرة التي قد تعرض حياته للخطر، حيث أنه أكثر تعرضًا لانتقال الجراثيم من الكبار، هذا بالإضافة إلى أن الأطفال يحدثون صخبًا وضجيجًا يزعج هدوء المرضى ونومهم ناهيك عن أن بعض الأطفال قد يعبتون بممتلكات المستشفى ويعرضوها للتلف أو الفقدان.
- **تحديد المواعيد:** لا يستطيع الطبيب وخاصة الطبيب المختص أن يستقبل المرضى بطريقة عفوية وعشوائية دون ترتيب أو نظام، إذ لابد من تنظيم زيارات

المرضى له في عيادته الخاصة في المستشفى ليتمكن من وصف حالة كل مريض وتشخيص مرضه وإعطائه العلاج المناسب أو تحديد الوقت المناسب له لإجراء عملية جراحية في الوقت الذي تخلو فيه غرفة العمليات من أية عملية، وبدون تحديد المواعيد وتنظيمها لا يستطيع الطبيب استقبال مرضاه ومعالجتهم ومن هنا يتوجب على المراجعين والزوار والمرضى احترام النظام واحترام المواعيد المحددة لكيلا يحدث فوضى وإرباك الطبيب وأجهزة المستشفى الإدارية.

• **عدم التجمع في قاعة الطوارئ:** إن تجمع المراجعين أو المواطنين من أهل المرضى أو المصابين في حوادث أو سواها في قاعة الطوارئ أو أمام الغرفة السوداء لأمر من الأمور البعيدة عن الانضباطية والالتزام بقواعد المستشفى، يسبب إرباكاً لدى الأطباء والإداريين في المستشفى، وقد يعيق حركة المرور لحالات طارئة أخرى من المرضى الذين يستقبلهم المستشفى في جناح الطوارئ، وقد يبعث الرعب والفرع صياح أهل المصاب في نفوس المرضى الآخرين الذين قد يتمثلون للشفاء.

❖ اختصاصات قسم العلاقات العامة في المستشفيات:

1- توثيق الصلات بين العاملين في المستشفى عن طريق:

أ- الندوات.

ب- الحفلات.

ج- اللقاءات.

د- الزيارات كالمشاركة في تقديم التعازي.

• إرشاد المراجعين إلى غاياتهم والإجابة عن جميع الاستفسارات التي تطلب منهم
• حل المشاكل التي تحصل داخل طوابق المستشفى والعيادات الخارجية والتي تحصل مع المراجعين

• استقبال الزوار والضيوف من الداخل والخارج

• تابعة ما يذاع وما ينشر من أخبار تتعلق بالمستشفى والرد عليها عند الحاجة

• تسهيل مهمة الإعلاميين في الحصول على المعلومات التي تطلب عند الحاجة

• الاتصال مع وسائل الإعلام لتغطية المؤتمرات عند الحاجة

• التحضير للمؤتمرات واللقاءات التي تعقد في المستشفى

• تصوير الحلقات التلفزيونية والإشراف عليه

• إعداد دليل الهاتف الخاص بالمستشفى

• عمل صناديق اقتراحات موزعة على مباني المستشفى والعيادات

- تصميم النشرات والإعلانات والاجتماعات والملصقات على اختلاف أنواعها داخل المستشفى.
- الإشراف على المعارض والبازارات التي تعقد داخل المستشفى
- دعوة الدفاع المدني لإعطاء دورات لموظفي المستشفى تتعلق بالسلامة العامة وكيفية استعمال طفايات الحريق.
- القيام بجولات ميدانية على المرضى في الطوابق ومتابعة مشاكلهم واستقصاءها وحلها مع المعنيين وعمل نماذج خاصة للشكوى
- مكافحة التدخين بكل الوسائل المتاحة
- الإشراف الرئيسي المباشر على استعلامات مبنى المستشفى والعيادات الخارجية ومراقبتها بحيث نتأكد من وصول الخدمة للمراجعين
- عمل تقرير من أي خلل يحدث في أي قسم من أقسام المستشفى وإرساله إلى مكتب عطفة المدير العام وحله مع المعنيين
- حفظ المفقودات في كشف خاص
- تغطية نشاطات المستشفى وبعثها عن طريق كتابتها كخبر لوكالة الأنباء والصحة¹.
- ❖ من وظائف العلاقات العامة في المستشفى مراقبة سير عمل الاستعلامات وتقسيم إلى :
 - أ- استعلامات مبنى المستشفى أو مدخل زوار المستشفى ومهامها :
 - 1- إرشاد المراجعين إلى غاياتهم وإلى غرف مرضاهم في الطوابق من حيث رقم الغرفة والطابق.
 - 2- إحضار قائمة يومية بأسماء المرضى الذين سيعملون عمليات في ذلك اليوم- 3 عمل إحصائية يومية بعدد المرضى الموجودين في المستشفى وحسب درجاتهم.
 - 4-التأكد من تسجيل أسماء المرافقين الذين يرافقون المرضى .
 - 5-تجهيز أوراق الدخول للمرضى الذين يدخلون لي لا، وتسجيلها في كشف خاص.
 - 6-نظيم دخول الزوار في وقت الزيارة ومنع دخول الفاكهة والخضار والأطفال دون سن 12.
 - 7-بعد انتهاء الزيارة يقوم موظفي القسم بإخراج الزوار.

¹ محمد بن سعد السريع : الأدوار المؤسسية والأنشطة للعلاقات العامة في المستشفيات الحكومية و الخاصة ، دراسة ميدانية لمديري العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام ، جامعة الملك سعود ، المملكة العربية السعودية 2005 ، ص 9-12.

8- عند حدوث الوفيات يقوم موظف الاستعلامات بتأمين مكالمة مع إحدى الجمعيات الخيرية لنقل الموتى.

ب- استعلامات مبنى العيادات الخارجية:

- 1- إرشاد المراجعين من المرضى إلى عيادات الأطباء في طوابق العيادات.
- 2- القيام بالنداء على الأطباء بواسطة السماعات المنتشرة في أنحاء العيادات.
- 3- خدمة الأطباء المراجعين بتأمين الاتصال داخل وخارج المستشفى والجامعة.
- 4- ختم الإجازات المرضية التي تعطى عن طريق العيادات.
- 5- تسهيل عملية الاتصال ما بين المريض والطبيب عن طريق جهاز يحمله الطبيب.
- 6- إعطاء معلومات عن جداول مواعيد الأطباء وعياداتهم¹.

4- مدى انتشار وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية:

على الرغم من المشكلات المتعددة التي كان بإمكان العلاقات العامة حلها وعلى الرغم من استخدام المؤسسات الصحية للإعلام في تعاملها مع جماهيرها إلا أننا نلاحظ عدم اندفاع المستشفيات الاندفاع المتوقع لاستخدام هذه الوظيفة لحل بعض ما يواجهها من المشاكل وعدم توفر معلومات دقيقة عن مدى انتشار هذه الوظيفة في المستشفيات في مختلف أنحاء العالم

إلا أننا نستطيع الاستدلال عن ضعف انتشار هذه الوظيفة في دول تهتم بشكل عام بوظيفة العلاقات العامة وذلك من المؤشرات التالية:

أشار رايلي: 10٪ من المستشفيات الأمريكية لديها علاقات عامة وهذه النسبة لا يمكن اعتبارها مرتفعة وتدل على تدني اهتمام المستشفيات بهذه الوظيفة، كتب كتأليب وآخرون، إن الفترة الماضية شهدت اعترافاً بأهمية برامج العلاقات العامة في المستشفيات وأن السنوات العشر الماضية شهدت زيادة بلغت حوالي 30 ٪ في عدد المستشفيات الأمريكية التي تستخدم هذه الوظيفة، أي أن الفترات السابقة لم تكن تشهد مثل هذا الاهتمام ببرامج العلاقات العامة أشار ديون أن وجود مؤشر لقياس العاملين في قطاع الرعاية الصحية في الولايات المتحدة الأمريكية بتوجيه اهتمام متزايد لوظيفة العلاقات العامة أي أن ذا الاهتمام لم يكن كبير في السابق مما يؤكد ضعف انتشار هذه الوظيفة في

¹ محمد بن سعد السريع : مرجع نفسه ، ص 12-13.

هذا القطاع، أما في الدول العربية فيعد انتشار هذه الوظيفة ضعيفا في المستشفيات قد يعود ذلك إلى سببين:

- عدم توتر العلاقة بين المستشفيات وإدارتها من جهة وبين الجماهير ذات العلاقة من جهة أخرى مما يقلل من حاجة لهذه المؤسسة.
- الربط بين وظيفة العلاقات العامة والتسويق بحيث يخلط الكثيرون بين وظيفتي العلاقات العامة والتسويق فشخص مثل **Köhler Philip** الذي وضع كتابا تدريسا على التسويق عامل بكتابه العلاقات العامة باعتبارها أداة مهمة أخرى من أدوات التسويق وتساءل في مقالة نشرها مع **Mindiak** عن الحدود التي ينتهي التسويق عندها تبدأ العلاقات العامة، فالحدود الغير واضحة تسبب التداخل والنزاع بين الأقسام المختلفة للمؤسسات في حين أن **nakra** تشير إلى أن العلاقات العامة كانت أداة تسويقية على الأقل منذ بداية القرن عندما أسس **Bernay** أول مكتب للنشر عام 1929.

هذا الخلط أو الربط بين الوظيفتين والذي تختلف حوله وجهات النظر بين المختصين في العلاقات العامة والمختصين في التسويق كانت له تأثيرات سلبية على الأطباء وقطاع المستشفيات، فالأطباء اعتبروا التسويق في المستشفيات مسألة لا أخلاقية وغير مهنية ذلك أن العمل في مجال الطب عمل إنساني يتحدث عن نفسه ولا يحاج الا من يسوقه.

3-4-الواقع الحالي لوظيفة العلاقات العامة في المستشفيات:

قاد الربط بين وظيفتي العلاقات العامة والتسويق، وتراجعت الحساسية التي كانت لدى بعض الأطباء تجاه التسويق بالإضافة إلى ما ذكرناه من تنامي المشكلات التي تواجهها المستشفيات والتي يمكن حلها باستخدام وظيفة العلاقات العامة إلى فتح آفاق واسعة أمام هذه الوظيفة وتنامي دور العاملين فيها، فقد اعتبروا جزءا من الإدارة العليا وازداد تأثيرها على اتخاذ القرار في مختلف مستويات اتخاذ القرار، وظهرت مشكلات كان لا بد من استخدام وظيفة العلاقات العامة لحلها بسرعة منها:

-صعوبة اجتذاب عاملين جدد لرفض القطاع الكثير من المبدعين ومن ذوي القدرات العقلية المتميزة عنه لصعوبة العمل فيه وانخفاض مردوده المادي كذلك ابتعاد النساء اللاتي كن يملأن أغلب الوظائف المساعدة في هذا القطاع وانتقالهن للبحث عن عمل في مجالات أخرى مما تطلب الإسراع في وضع برامج لتحسين الصورة وجذب

العاملين وهي برامج من صلب تخصص العلاقات العامة، كذلك ازداد تشرذم الجماهير¹.

التي تتعامل معها إدارات المستشفيات، فلم تعد تقتصر على ثلاثة أو أربعة جماهير يسهل الوصول إليها كما كانت الحال سابقا بل وصلت إلى أربعة عشر جمهورا مختلفا كما حددها كتيب أصدرته الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة والتسويق كما يلي:

- العاملون
- المتقاعدون
- الأطباء
- المرضى وأسرهم
- المشرعون
- الإداريون
- أرباب العمل
- المتطوعون
- الجهات التي تدفع قوائم العلاج وكلفته
- المجهزون والبائعون. (أرباب العمل، صناديق الضمان والتأمين)
- القادة المدنيون
- المقيمون بجوار المستشفى.
- الوسائل الإعلامية
- الجماعات الخاصة المختلفة (الجماعات الناهضة للإجهاض، جماعات حقوق الإنسان، جماعات البيئة، الخ) كل هذا التعقيد أعطى دفعة قوية لعمل العلاقات العامة في المستشفيات مما يجعلنا نعتقد أنه أحد أكثر قطاعات العلاقات العامة قابلية وقدرة على التوسع في المستقبل².

3-5- واقع و آفاق العلاقات العامة في المستشفيات الجزائرية: رغم هذا الاهتمام الكبير بهذا القطاع ورغم تطوره وقدرته على تقديم الخدمة الصحية لقطاعات واسعة من المواطنين، فهو يواجه بمشكلات علاقات عامة يمكن أجمالها بالاتي :

- النقد الموجه له من قبل الصحافة، أمثلة هذا النقد نجده في الصحف الأسبوعية التي تتناول قطاع الصحة باستمرار وتكتب موضوعات مختلفة عن الإهمال في المستشفيات.

¹ ياسين مسيلي: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية ، دراسة ميدانية بالمشفى الجامعي ، ابن باديس – قسنطينة- مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر 2008-2009 ، ص 208_209.

² ياسين مسيلي : مرجع نفسه ، ص209.

- الأقاليم التي تنتشر (والتي لا يمكننا تحديد مدى انتشارها) والتي تتحدث عن التعامل المادي والجشع لبعض الأطباء والمستشفيات،
- ارتفاع كلف العلاج الأمر الذي أخذ يثقل كاهل وصناديق التأمين الصحي وأدى إلى خفض نسب مساهمتها في تحمل كلفة العلاج، مما أدى بدوره إلى تدمير المواطنين من اضطراره لدفع جزء متزايد من هذه الكلفة أو من زيادة اشتراكات التأمين الصحي الذي أدى بدوره إلى خلق شعور متزايد من عدم الرضا عند المستفيدين.
- زيادة الحاجة للمتطوعين والمتبرعين.
- انتقال بعض الكوادر الطبية المؤهلة للعمل في دول تدفع أجورا أعلى.
- المنافسة بين المستشفيات وبالأخص الخاصة منها لتحقيق نسبة إشغال عالية لمرافقها
- تنامي قطاع المستشفيات الخاصة والاستثمارية التي عليها تقديم نفسها للمجتمع المحيط المحلي والعربي بجماهيره المختلفة وضرورة التعرف على آراء اتجاهات الجماهير نحو هذه المستشفيات مما يثير لهذه المستشفيات مشكلات علاقات عامة يمكن تقديم الحلول لها بواسطة برامج تعدها وتنفذها إدارات العلاقات العامة.
- إصرار كليات الإدارة في الجامعات الجزائرية على اعتبار تخصص العلاقات العامة جزءا من تخصصاتها وقيام أساتذة من هذه الكليات خاصة أساتذة التسويق فيها على تدريس هذه المادة الأمر الذي جعل التركيز فيها على الجوانب الإدارية دون الاتصالية واطعف بالتالي إمكانية تخريج كوادر قادرة على القيام بمهام العلاقات العامة أو الاتصال بالمجتمعات ذات العلاقة¹.

¹ ياسين مسيلي : مرجع نفسه، ص 211.

الفصل الرابع

في هذا الفصل الأخير سنحاول عرض معطيات الدراسة الميدانية، من خلال تحليل وتفسير البيانات المتحصل عليها من أفراد عينة الدراسة ومن ثم تحليل وتفسير النتائج في ضوء الفرضيات والأهداف، كما سيتم مناقشتها في ضوء البراديجم المعتمد والدراسات السابقة ومقارنتها مع هذه الأخيرة.

4-1- تحليل البيانات و تفسيرها و التعليق عليها

• المحور الاول :اهمية العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية :

التكرارات الاحتمالات	الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
نعم	05	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67
لا	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع	05	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67

الجدول رقم (07) : يوضح اذا كان هناك جهاز مختص بالعلاقات العامة يقوم بالتوعية الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعرييج :

من خلال الجدول رقم 07 يتضح أن أغلبية أفراد العينة لما يمثل 100 % صرحوا بأنه يوجد جهاز مختص في العلاقات العامة داخل المستشفى أو على الأقل جهاز يقوم فعلا بوظائف العلاقات العامة وذلك لاحتكاكنا بالمبحوثين و افهامهم المعنى الحقيقي للعلاقات العامة و اطلاعهم على اهميتها ووظائفها ز مجالاتها و اهدافها

تعد الخطوة الموالية على قدر كبير من الأهمية ألا وهي معرفة (من المبحوثين) ما إذا كان مكتب الإعلام والاتصال والممثل للعلاقات العامة كجهاز في المؤسسة مرتبط بالادارة العليا مباشرة أم لا، وهذا لمعرفة هل تولي المؤسسة أهمية

للعلاقات العامة وتنزلها مكانتها المستحقة من خلال إعطائها مركز يليق بها كونها وظيفة استشارية تكون جنبا إلى جنب مع الادارة العليا فتقدم النصح و التوعية الصحية اللازمة وتساعد في تقديم الحلول .

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
20.89	14	02.98	02	08.95	06	08.95	06	00	00	نعم
79.10	53	11.94	08	44.77	30	14.92	10	07.46	05	لا
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم (08): يوضح إذا ما كان جهاز العلاقات العامة مرتبط بالادارة العليا في حالة الإجابة بـ نعم:

يتضح من الجدول رقم 08 أن أغلبية المبحوثين بما يمثل 79.10% اقروا بأن جهاز العلاقات العامة غير مرتبط بالادارة العليا مباشرة، وهذه النسبة تؤكد مدى إطلاع أفراد العينة على الهيكل التنظيمي أو معرفتهم الكبيرة بأقسام المستشفى. و مهامها أما 20.89% من أفراد العينة فقد صرحوا بأن هذا الجهاز مرتبط مباشرة بالادارة العليا و هنا احتمالين إما أنهم ما ليسوا مطلعين على الهيكل التنظيمي او انهم يعتبرون ان المدير هو الذي يقوم بالعلاقات العامة داخل المستشفى وبالتالي عدم المعرفة التامة بالأقسام الموجودة ووظائفها .

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
79.10	53	11.94	08	44.77	30	14.92	10	07.46	05	مكتب الاعلام و الاتصال
02.98	02	02.98	02	00	00	00	00	00	00	مسؤول العلاقات العامة
17.91	12	00	00	08.95	06	08.95	06	00	00	الادارة العليا (المدير)
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم (09): يوضح الجهة التي تقوم بالاتصال و التوعية الصحية داخل المستشفى في حالة

الإجابة بـ نعم:

معرفة الجهة المكلفة بالاتصال و التي تقوم بالتوعية الصحية بالمستشفى من شأنها أن تبين لنا وضع العلاقات العامة داخل المستشفى وما إذا كان هناك جهاز للعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب في التوعية أم لا ، أما عن التصريحات المختلفة لأفراد العينة فقد كانت كالاتي :

79.10% من المبحوثين صرحوا بأن مكتب الاعلام و الاتصال هو الجهة التي تقوم بالاتصال و التوعية الصحية و نشر المعلومات بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج و هذا يبين دراية افراد العينة بمهمة هذا المكتب و مهامه ووظائفه ، تليها نسبة 17.91% من المبحوثين صرحوا بأن الادارة العليا المتمثلة في مدير المؤسسة هي من تقوم بنشر المعلومات و الاخبار و الوعي الصحي ، أما نسبة 2.98% فقد صرحت مسؤول العلاقات العامة هو الجهة التي تقوم بالاتصال و نشر الوعي الصحي من خلال هذه النتائج نستطيع القول أنه هناك دراية كبيرة لدى اغلبية افراد العينة بمهام ووظائف خلية الاعلام و الاتصال و انها هي التي تقوم بالاتصال و نشر التوعية الصحية بين المواطنين بالمستشفى ،

وبالتالي حسبهم يوجد جهاز مختص بالاتصال و نشر التوعية.

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الاحتمالات
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	نعم
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	لا
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم 10 () : يوضح امكانية الحصول على المعلومات و التوعية الصحية في اي وقت من خلال جهاز العلاقات العامة

من خلال الجدول رقم 10 يتضح أن أغلبية أفراد العينة لما يمثل 100 % صرحوا بأنه يمكن الحصول على المعلومات عن التوعية الصحية في اي وقت و هذا ما يؤكد نشاط جهاز العلاقات العامة المتمثل في خلية الاعلام و الاتصال حيث التمسنا من خلال الحديث مع افراد العينة ان هذا الجهاز يقوم بدور كبير في نشر الوعي الصحي و المعلومات التي تفيد الموظفين و المواطنين خاصة من خلال المقابلات التي تنشر على الموقع الرسمي للمؤسسة مع مختلف الاطباء الاخصائيين في كل التخصصات على مستوى المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعرييج .

التكرارات		الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع	
الاحتمالات		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
التوعية الصحية		04.47	03	17.91	12	29.85	20	02.98	02	55.22	37
التغطية الاعلامية لنشاطات المستشفى		02.98	02	05.97	04	23.88	16	11.94	08	44.77	30
اعلام الموظفين بقرارات الادارة العليا		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تسوية النزاعات بالتراضي		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع		07.46	05	23.88	16	53.73	36	14.92	10	100	67

الجدول رقم (11): يوضح الوظائف التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة حسب رأي المبحوثين :

من خلال الجدول رقم 11 يتضح أن فئة كبيرة من أفراد العينة بما يمثل 55.22% صرحوا بأن مكتب العلاقات العامة يقوم بالتوعية الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج ، كما وجدنا أن ما يمثل 44.77% قد صرحوا أن المكتب يقوم بالتغطية الاعلامية لنشاطات المستشفى و هذا راجع حسب الحديث مع بعض المبحوثين الى قوة النشاط و الوظائف التي يقوم بها هذا المكتب خاصة فيما يتعلق بالموقع الرسمي للمؤسسة و ما ينشر فيه ، اما عن اعلام الموظفين بقرارات الادارة العليا و تسوية النزاعات بالتراضي فكانة النسبة 00% فهناك احتمال راجع لتداخل الوظائف بين المديريات الفرعية للمستشفى خاصة المديرية الفرعية للموارد البشرية التي تقوم بدور تسوية النزاعات او المدير من خلال اعلام الموظفين بقراراته من خلال مكتب الامانة العامة .

من معرفة الوظائف التي يقوم بها المكتب يكون من المهم معرفة الأهداف التي يسطرها المكتب والتي يسعى للوصول إليها، كون الأهداف هي بمثابة الطريق الذي يرسمه المكتب و يحاول الوصول إليه في وجهة محددة، ومن معرفة الأهداف نستطيع الكشف عن تطلعات

المكتب وفعاليته والجدول رقم 13 يوضح ذلك:

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
43.28	29	07.46	05	23.88	16	07.46	05	04.47	03	التوعية الصحية
19.44	13	01.49	01	14.92	10	02.98	02	00	00	تنظيم النشاطات الاتصالية داخل المستشفى
05.97	04	01.49	01	01.49	01	02.98	02	00	00	تكوين علاقات جيدة مع زملاء العمل
05.97	04	01.49	01	02.98	02	01.49	01	00	00	تكوين علاقات جيدة بين الموظفين و المرضى
25.37	17	02.98	02	10.44	07	08.95	06	02.98	02	تبليغ الموظفين و المرضى و المواطنين بالمستجدات في المستشفى
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم(12) : يوضح الأهداف التي يسعى المكتب لتحقيقها :

يتضح من خلال الجدول رقم 12 : عدد كبير من أفراد العينة بما يمثل 43.28% صرحوا بان الهدف الأساسي للمكتب هو نشر التوعية الصحية ، تليها فئة أخرى بنسبة 25.37% أكدوا أن المكتب يهدف لتبليغ الموظفين و المرضى و المواطنين بالمستجدات في المستشفى ، أما القائلون بتنظيم النشاطات الاتصالية داخل المستشفى فقد بلغت نسبتهم 19.44% في حين قدرت نسبة القائلين بأن المكتب يهدف إلى تكوين علاقات جيدة بين المستشفى والمرضى او علاقات جيدة مع زملاء العمل بـ 05.97% وهي نسبة ضعيفة جدا .

مما سبق يمكن القول أن تصريحات المبحوثين ركزت على دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى الجماهير و المواطنين و لم تعبر عن الأهداف الاخرى التي يسعى جهاز العلاقات العامة لتحقيقها .

التكرارات الاحتمالات	الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الندوات	00	00	00	00	00	00	00	00	00
الاستبيان	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجلات	00	00	00	00	00	00	00	00	00
الملصقات	00	00	00	00	00	00	00	00	00
الاعلانات	01.49	05	07.46	09	13.43	04	05.97	19	28.35
وسائل التواصل الاجتماعي	04.47	08	11.94	20	29.85	05	07.46	36	53.73
الاجتماعات	01.49	03	04.47	07	10.44	01	01.49	12	17.91
المجموع	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67	100

الجدول رقم 13: يوضح الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج

من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم 13 يتبين أن أغلبية المبحوثين بما يمثل نسبة 53.73 % صرحوا بان إدارة العلاقات العامة على وسائل التواصل الاجتماعي في أداء مهامها بالمستشفى في حين نجد أن نسبة 28.35 % من المبحوثين صرحوا بان إدارة

العلاقات العامة تستعمل الاعلانات كوسيلة اتصالية في أداء مهامها، كما نجد أن نسبة 17.91 % من مجموع المبحوثين صرحوا بان الإدارة تستخدم الاجتماعات كوسيلة اتصالية في مهامها ، اما بالنسبة للندوات و الاستبيان و الملصقات و المجلات فلم يتم التعبير عنها من طرف المبحوثين و هذا راجع اما لإحتمالية عدم دراية المبحوثين بهذه الوسائل الاتصالية او عدم استخدام المكتب لهذه الوسائل .

ومنه يمكن القول من خلال إجابات المبحوثين والتي ركزت اغلبها على اعتماد الإدارة بصفة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي الذي يعتبر أسلوب بالغ الأهمية إذ أنه يسمح بالاتصال مع الجماهير العريضة ، مما يساعد على طرح وتبادل وجهات الرأي وكذا عرض المعلومات دون وساطة ويسمح بالرد مباشرة دون انتظار، بالإضافة إلى إزالة سوء الفهم، هذا يعني أن العلاقات تعدت حدود الرسمية بين المصالح والأقسام داخل المؤسسة كما أن مواقع التواصل الاجتماعي عبر المواقع الرسمية للمؤسسة تؤدي إلى تدعيم الثقة بين الجماهير و المستشفى .

التكرارات		الاداريون		الاضياء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع	
الاحتمالات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاتصالات الادارية		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
الاتصالات الطبية		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معا		05	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67	100
المجموع		05	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67	100

الجدول رقم 14 : يوضح الاتصالات التي لها اولوية في رأي المبحوثين للتوعية الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

يتضح من خلال الجدول رقم 14 : ان عدد أفراد العينة بما يمثل 100% صرحوا بان الاولوية في الاتصالات تكون ادارية و طبية معا و هذا راجع لدرجة الوعي و المعرفة لدى افراد العينة ان الجانب الطبي يكمل الجانب الاداري و العكس صحيح من اجل تحقيق الهدف الأساسي للمكتب هو نشر التوعية الصحية .

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الاحتمالات
01.49	01	00	00	01.49	01	00	00	00	00	التعليمات
02.98	02	00	00	01.49	01	01.49	01	00	00	الملصقات
10.44	07	02.98	02	05.97	04	01.49	01	00	00	مجلة المؤسسة
40.29	27	05.97	04	22.38	15	08.95	06	02.98	02	مواقع التواصل الاجتماعي
19.40	13	02.98	02	10.44	07	04.47	03	01.49	01	الاعلانات
13.43	09	01.49	01	05.97	04	04.47	03	01.49	01	الاعلام
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	الاتصال القردي
11.94	08	01.49	01	05.97	04	02.98	02	01.49	01	الاجتماعات
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم 15: يوضح انسب وسيلة اتصالية لتقديم التوعية الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريبيج :

من خلال الجدول رقم 15 حاولنا معرفة الوسائل التي يرى الباحثين أنها مناسبة لنشر الوعي الصحي حسب تفضيلاتهم واي الوسائل أكثر فعالية فكانت آرائهم كما يلي 40.29% من الباحثين يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسائل المناسبة وهذا يبين أن موظفي المستشفى يفضلون وسائل اتصال تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي و الانترنت ، في حين يرى ما يمثل 19.40% أن الاعلانات هي أنسب وسيلة يستعملها المكتب كما يرى 13.43% من الباحثين ان الاعلام هو الانسب في توعية الافراد بمختلف المستجبات والنشاطات ، اما باقي الوسائل فجاءت نسبها ضئيلة مقارنة مع ما تم ذكره .

في ضوء ما سبق يمكن القول أن موظفي المستشفى يفضلون سياسة اتصالية تتمثل مواقع التواصل الاجتماعي و الاعلام و الاعلانات في نشر التوعية الصحية و المعلومات و الاخبار و المستجدات و النشاطات.

التكرارات		الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع	
الاحتمالات		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
موافق بشدة		07.46	05	23.88	16	53.73	36	08.95	06	94.02	63
موافق		00	00	00	00	00	00	05.97	04	05.97	04
محايد		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معارض		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معارض بشدة		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع		07.46	05	23.88	16	53.73	36	14.92	10	100	67

الجدول رقم 16: يوضح مدى فعالية جهاز العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعرييج :

يتبين من الجدول رقم 16 أن نسبة المبحوثين الذين يرون فعالية قسم العلاقات العامة في المستشفى في المرتبة الاولى بنسبة قدرت بـ 94.02 % وافقوا بشدة بينما صرحوا بنسبة 05.97 % و هذا راجع لفهمهم بطبيعة ووظائف العلاقات العامة و حسب رأيهم بعد الحديث معهم و معرفت ارائهم أن هذا الجهاز من شأنه تسهيل العديد من الانشطة بالمستشفى خاصة في مجال التوعية الصحية و الاعلام بأنشطة المؤسسة و اهدافها التي هي ضرورية سواء للجمهور الداخلي للمؤسسة او الجمهور الخارجي وكذلك التنسيق والعمل على تمميع صورة المؤسسة و تقديم انشطتها و خدماتها العالجية وتزيد في كسب الثقة لدى المرضى و الافراد بالمستشفى .

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
74.62	50	05.97	04	37.31	25	23.88	16	07.46	05	موافق بشدة
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	موافق
07.46	05	04.47	03	02.98	02	00	00	00	00	محايد
11.94	08	04.47	03	07.46	05	00	00	00	00	معارض
05.97	04	00	00	05.97	04	00	00	00	00	معارض بشدة
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم 17 :يوضح ما اذا كان المسؤول الاداري حجر العثرة امام جهاز العلاقات العامة في التوعية الصحية المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

يتبين من الجدول رقم 17 أن نسبة المبحوثين الذين يرون ان المسؤول الاداري هو حجر العثرة امام جهاز العلاقات العامة قدرت بـ 74.62 % حيث وافقوا بشدة و هذا راجع حسب فهمنا و حديثنا مع المبحوثين لتدخل الادارة العليا في قرارات جهاز العلاقات العامة و ان هذا الجهاز مرتبط مباشرة بمدير المؤسسة في نشر المعلومات و الاخبار ، بينما عارض هذه الفكرة نسبة 11.94% و من عارضو بشدة نسبة 05.97 %

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
05.97	04	02.98	02	02.98	02	00	00	00	00	موافق بشدة
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	موافق
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	محايد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
94.02	63	11.94	08	50.74	34	23.88	16	07.46	05	معارض بشدة
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم 18: يوضح ما اذا عدم توفر الاجهزة الطبية يمثل عائقا امام جهاز العلاقات العامة في التوعية الصحية المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

يتبين من الجدول رقم 18 أن نسبة المبحوثين الذين يرون ان عدم توفر الاجهزة الطبية يمثل عائقا امام جهاز العلاقات العامة في التوعية الصحية قدرت بـ 94.02 % حيث عارضوا بشدة هذه الفكرة و هذا راجع ربما لعدم وجود علاقة بين التجهيزات الطبية و ما يتم نشره من معلومات و اخبار فيما يخص نشر الوعي الصحي ، بينما وافقت بشدة نسبة قليلة على هذه الفكرة نسبة 05.97%

التكرارات		الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع	
الاحتمالات		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
موافق بشدة		07.46	05	23.88	16	53.73	36	11.94	08	97.01	65
موافق		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
محايد		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معارض		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معارض بشدة		00	00	00	00	00	00	02.98	02	02.98	02
المجموع		07.46	05	23.88	16	53.73	36	14.92	10	100	67

الجدول رقم 19 : يوضح ما اذا كان نقص وسائل الاتصال يشكل عائقا امام جهاز العلاقات العامة في التوعية الصحية المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعرييج :

يتبين من الجدول رقم 19 أن نسبة افراد العينة ارى ان نقص وسائل الاتصال يشكل عائقا امام جهاز العلاقات العامة في نشر التوعية الصحة جيث قدرت النسبة بـ 97.01% ممن وافقو بشدة و هذا ربما يرجع لاحتمالية اعتماد المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي و عدم القيام بالندوات و المؤتمرات و الاجتماعات و غيرها من الوسائل الاتصالية المتنوعة بينما عارضت بشدة نسبة قليلة جدا على هذه الفكرة قدرت بـ 02.98%

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
97.01	65	11.94	08	53.73	36	23.88	16	07.46	05	موافق بشدة
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	موافق
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	محايد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
02.98	02	02.98	02	00	00	00	00	00	00	معارض بشدة
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم 20: يوضح ما اذا كان نقص الميزانية يشكل عائقا في تحقيق جهاز العلاقات العامة للتوعية الصحية المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

يتبين من خالل بيانات الجدول رقم 20 أن النقص التي تواجه نشاط العلاقات العامة تتمثل في نقص الميزانية المخصصة لجهاز العلاقات العامة حسب إجابة المبحوثين التي تقدر بنسبة 97.01% لنقص و هذا مما يؤدي الى خلق خلل وظيفي وعدم التمكن من استغلال الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تعد من اهم المعدات لهذا النشاط وبالتالي نقص الميزانية يؤدي إلى نقص وسائل الاتصال و القيام بوظائف و أنشطة العلاقات العامة بصورة جيدة . كما ان هذا النقص يعد حاجزا بين نشاط العلاقات العامة وبين مختلف المصالح الجماهير و جاءت نسبة المعارضة من طرف المبحوثين 02.98% و هي نسبة ضئيلة جدا.

التكرارات الاحتمالات	الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
موافق بشدة	05	07.46	16	23.88	12	17.91	10	14.92	43	64.17
موافق	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
محايد	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معارض	00	00	00	00	24	35.82	00	00	24	35.82
معارض بشدة	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع	05	07.46	16	23.88	36	53.73	10	14.92	67	100

الجدول رقم 21 :يوضح ما اذا كان صفات مسؤول العلاقات العامة و عدم قدرته على التواصل يشكل عائقا في نشر التوعية الصحية المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

يتبين من خالل بيانات الجدول رقم 21 ان من بين العوائق التي تواجه نشاط العلاقات العامة في نشر التوعية الصحية تتمثل في نقص الصفات الموجودة في مسؤول العلاقات العامة و عدم قدرته على التواصل حسب إجابة المبحوثين حيث قدرت النسبة بـ 64.17 % ممن وافقوا بشدة على هذه الفكرة و هذا الطرح و هذا مما يؤدي الى عدم التمكن في نقل المعلومات و الاخبار و النشاطات المتعلقة بالصحة لدا الجماهير الداخلية و الخارجية و جاءت نسبة المعارضة من طرف المبحوثين بـ 35.82% و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع عدد افراد العينة الذين وافقوا بشدة .

المجموع		العمال المهنيين		شبه الطبيين		الاطباء		الاداريون		التكرارات الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
64.17	43	14.92	10	17.91	12	23.88	16	07.46	05	موافق بشدة
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	موافق
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	محايد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
35.82	24	00	00	35.82	24	00	00	00	00	معارض بشدة
100	67	14.92	10	53.73	36	23.88	16	07.46	05	المجموع

الجدول رقم 22: يوضح ما اذا كان عدم التحكم في مهارات الاتصال يشكل عائقا في تحقيق التوعية الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

يتبين من خالل بيانات الجدول رقم 22 من بين العوائق التي تواجه نشاط العلاقات العامة في نشر التوعية الصحية تتمثل في عدم التحكم في مهارات الاتصال من قبل القائم بالاتصال او مسؤول العلاقات العامة حسب إجابة المبحوثين حيث قدرت النسبة بـ 17.64 % ممن وافقوا بشدة على هذه الفكرة و هذا الطرح و هذا يرجع لعدم التحكم في تقنيات و مهارات الاتصال التي تتطلب شخصية و اتقان و مهارة في مسؤول العلاقات العامة في التوجه و التأثير على جمهور المتلقين و تحقيق التوعية الصحية اللازمة و نقل المعلومات و الاخبار و النشاطات المتعلقة بالصحة و جاءت نسبة المعارضه بشدة من طرف المبحوثين بنسبة قدرت بـ 35.82% و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع عدد افراد العينة الذين وافقوا بشدة .

التكرارات الاحتمالات	الاداريون		الاطباء		شبه الطبيين		العمال المهنيين		الاجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
موافق بشدة	07.46	05	23.88	16	14.92	10	14.92	10	61.19	41
موافق	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
محايد	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معارض	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
معارض بشدة	00	00	00	00	38.80	26	00	00	38.80	26
الاجموع	07.46	05	23.88	16	53.73	36	14.92	10	100	67

الجدول رقم 23 :يوضح اذا كان صعوبة الاقناع لدى جهاز العلاقات العامة يحول دون توفر التوعية الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

يتبين من خالل بيانات الجدول رقم 23 أن صعوبة الاقناع و و التأثير من طرف جهاز العلاقات العامة في تحقيق الوعي الصحي جاء بنسبة عالية في تصريحات افراد العينة حيث قدرت النسبة بـ 61.19 % ممن وافقوا بشدة و جاءت نسبة المعارضة بشدة من طرف المبحوثين بنسبة قدرت بـ 38.80% و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع عدد افراد العينة الذين وافقوا بشدة .

4-2 – تحليل النتائج في ضوء الفرضيات :

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة دور العلاقات العامة في التوعية الصحية بالمؤسسة الصحية الجزائرية و هذا ما حاولنا الكشف عليه من خلال التحقيق في جملة الفرضيات التي حددناها في بداية الدراسة وقد كانت نتائجها كالآتي:

• مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

والتي مفادها: " للعلاقات العامة اهمية كبيرة في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج " .

من خلال تحليل بيانات هذه الفرضية اتضح أنه لا يوجد جهاز مختص بالعلاقات العامة ، وانما يوجد مكتب للإعلام والاتصال توكل إليه هذه المهام، مع الإشارة إلى أنه مرتبط مباشرة بالادارة العليا ، وهو ليس مناسب لمكانة العلاقات العامة، لأن الادارة العليا تحتكر هذا المجال وتضيق على هذا المكتب وتحصر وظائفه في أنشطة لا تعبر فعلا عن أنشطة العلاقات العامة.

لذلك كانت وظائفه منحصرة عموما في التوعية الصحية عبر المنشورات و الفيديوهات عبر مواقع التواصل الاعلامي ، وما يقال في وسائل الإعلام الأخرى، اضافة الا ما يطلق عليه التغطية الإعلامية لنشاطات المستشفى.

اما عن اهداف المكتب فانحصرت فقط في التوعية الصحية للجماهير و تبليغ الموظفين و المرضى و الجماهير الخارجية بنشاطات المستشفى و هذا ما يتضح خلال الجدول رقم 11 .

وعليه يمكن القول أن مكتب الإعلام والاتصال يحاول تحسين العلاقات العامة داخل المستشفى قدر المستطاع مع أنه بعيد كل البعد عن وظائف العلاقات العامة.

إذن يتضح من خلال الشواهد الكمية وما سبق عرضه من نتائج أن الفرضية الجزئية الأولى محققة حيث تفتقد المؤسسة الاستشفائية العمومية برج بوعريريج لجهاز يمثل فعلا إدارة العلاقات العامة، وينظم كافة الوظائف و الاتصالات داخل المستشفى وهذا ما لمسناه في الواقع وما لاحظناه ضمن الهيكل التنظيمي لإدارة المستشفى أي ما أكدته الدراسة الميدانية.

• مناقشة نتائج الفرضية الثانية :

-والتي مفادها: " يركز جهاز العلاقات العامة على وسائل إتصالية عديدة في نشر التوعية الصحية بالمؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج .

توصلنا من خلال تحليل البيانات ان الوسائل التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة العمومية الاستشفائية كما يبين الجدول رقم 12 يعتمد كثيرا على وسائل التواصل الاجتماعي كما تبين النسبة 53.73 % تأتي بعدها الاعلانات كوسيلة اتصالية يستخدمها المستشفى بنسبة 28.35 % ثم نجد أن نسبة 17.91 % من مجموع المبحوثين صرحوا بان الإدارة تستخدم الاجتماعات كوسيلة اتصالية في مهامها ، اما بالنسبة للندوات و الاستبيان و الملصقات و المجلات فلم يتم التعبير عنها

ومنه يمكن القول ان الفرضية الثانية اعتمد المستشفى بصفة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي الذي يعتبر أسلوب بالغ الأهمية إذ أنه يسمح بالاتصال مع الجماهير العريضة ، مما يساعد على طرح وتبادل وجهات الرأي وكذا عرض المعلومات دون وساطة ويسمح بالرد مباشرة دون انتظار، بالإضافة إلى إزالة سوء

الفهم، هذا يعني أن العلاقات تعدت حدود الرسمية بين المصالح والأقسام داخل المؤسسة كما أن مواقع التواصل الاجتماعي عبر المواقع الرسمية للمؤسسة تؤدي إلى تدعيم الثقة بين الجماهير و المستشفى .

اما التحليل للبيانات من خلال الجدول رقم 13 فقد ابرز ان الاتصالات الطبية الادارية هي السائدة معا و تكمل بعضها البعض و لا يمكن الاستغناء عن كليهما .

حسب راي المبحوثين فقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الاولى من حيث انها الوسيلة الاتصالية الافضل لدى جماهير المؤسسة و افراد العينة

ومنه يمكن القول بان الفرضية الثانية لم تتحقق لان المستشفى يعتمد على أساليب اتصالية محدودة تركز فقط على وسائل التواصل الاجتماعي عبر الصفحة الرسمية للمؤسسة اكثر من الوسائل المطبوعة او الاتصال المباشر ، وهو بدوره يعتبر من أكثر الوسائل نجاحا وفعالية.

• مناقشة نتائج الفرضية الثالثة :

- التي مفادها : لا توجد عراقيل تحول دون تحقيق التوعية الصحية في المؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج .

يعتبر جهاز العلاقات العامة العنصر الفعال في المؤسسات الاستشفائية و هذا ما عبرت عنه اغلبية المبحوثين لما لهذا الجهاز من مميزات في تحقيق التواصل و اهداف المؤسسة .

من خلال تحليلنا لبيانات المحور الثالث توصلنا إلى أن مسؤول مكتب الإعلام والاتصال لا تتوفر فيه شروط القائم بالاتصال ورجل العلاقات العامة فحسب تصريحات أفراد المستشفى، يجب على مسؤول مكتب الإعلام والاتصال أن يكون متخصصا في الاتصال بالدرجة الأولى ثم أن يكون قادرا على الاتصال ز متحكم في مهاراته من اجل احداث الاقناع ، أي على تفعيل اتصال دائم بين المكتب و الموظفين و الجماهير داخل المستشفى و خارجه خاصة اذا تعلق الامر بنشر الوعي الصحي ، وقد صرح مسؤول المكتب أنه غير متخصص في الاتصال ولا في العلاقات العامة ، كما تعتبر الادارة العليا حجرة عثرة بالنسبة لهذا الجهاز في تقديم التوعية الصحية و تنظيم النشاطات الاتصالية داخل المستشفى حيث يتدخل المدير في كافة القرارات المتخذة من طرف مكتب الاعلام و الاتصال .

أما عن الوسائل الاتصالية المستعملة فقد توصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي و الإعلانات والاجتماعات هي الوسائل الأكثر استعمالا من طرف المستشفى لإعلام الأفراد بنشاطاته وتعليماته و اصال و عي الصحي للجماهير ، ذلك لأنها طريقة بسيطة تقوم على

أساس اعلانات في أماكن محددة ومعلومة في المستشفى يمكن لكافة موظفي المستشفى الإطلاع عليها من خلال الموقع الرسمي للمؤسسة عبر صفحته فيسبوك ، بالمقابل نجد أن أفراد العاملين بالمستشفى يفضلون أن تستعمل في إعلامهم مواقع التواصل الاجتماعي و الاعلانات والاجتماعات وذلك لأنها توفر لهم عنصر الحوار والمناقشة ، لكن المعيب في تحليلنا لهذه البيانات هو النقص الفادح في وسائل الاتصال بكل انواعها سواءا تعلق الامر بانشاء مجلة مؤسسة او الاعتماد على الملصقات و المطويات و اقامة الندوات و المؤتمرات كل هذه الوسائل تبقى منعدمة في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج ، و يبقى مكتب الإعلام والاتصال بالمستشفى يسعى جاهدا في نشر منشورات و فيديوهات تتعلق بالصحة خاصة اذا تحدثنا عن الموقع الرسمي للمؤسسة عبر صفحته على الفيسبوك الذي يعطي معلومات مفيدة يستفيد منها كافة افراد المجتمع .

اما فيما يتعلق بالميزانية فقد لوحظ نقص كبير في اعتماد ميزانية خاصة بجهاز العلاقات العامة و هو ما يحول دون تحقيق التوعية الصحية او الاعلام الصحي بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج

من خلال ما سبق يمكن القول بان الفرضية الثانية لم تتحقق حيث ان المستشفى لا يعتمد في ذلك على أخصائيين قادرين على تسيير هذه العلاقات وبناء نظام اتصالي يؤدي الى تحقيق التوعية الصحية ، كما أنه لا يعتمد في ذلك على الوسائل الاتصالية الحديثة والفعالة التي تستعملها إدارة العلاقات العامة، هذا فضلا على إتباع إدارة المستشفى لسياسة شبه مغلقة في نظامها التسييري، حيث لا تأخذ باقتراحات العمال في تسييرها وتحتكر المعلومات ولا تسمح لمكتب الإعلام والاتصال بالتدخل، وهذا راجع إلى الفهم المحدود لدى المسؤولين لمعنى العلاقات العامة ووظائفها ومسؤولياتها، إضافة إلى نقص وعي الجمهور الداخلي و الخارجي بالدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في تحقيق و نشر الوعي الصحي و تبليغ نشاطات و اخبار المستشفى .

• نتائج الدراسة في ضوء الفرضية العامة:

لقد أكد عدم تحقق الفرضيات الفرعية عدم صدق الفرضية العامة للدراسة، والتي

مفادها:

- جهاز العلاقات العامة له دور في التوعية الصحية لدى جماهير المؤسسة الاستشفائية برج بوعريريج .

حيث أوضحت الشواهد الكمية ونتائج هذه الدراسة أن العلاقات العامة مهمة ولا تحظى باهتمام كبير ولا تحتل مكانتها التي تستخدمها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى، فرغم أن الإدارة تضم ضمن هيكلها التنظيمي مكتب الإعلام والاتصال توكل إليه مهام

العلاقات العامة إلا أن هذه المهام محدودة باعتبار محدودية صلاحيات هذا المكتب في الوصول بالمؤسسة الى تحقيق النشاطات الاتصالية اللازمة و تحقيق توعية صحية لدى الجماهير الخارجية .

ولكن هذا لا يعني الإهمال المطلق للعلاقات العامة في المستشفى لأن المكتب يحاول كسب ثقة وتأييد الجمهور الداخلي و الخارجي للمستشفى، ولكن السبل إلى ذلك غير ناجحة وغير فعالة لغياب الوسائل الاتصالية والمتخصصين في هذا المجال، ذلك لعدم إدراك المسؤولين لطبيعة العلاقات العامة ودورها الوظيفي في المؤسسة الصحية، وهذا ما من شأنه التقليل من مكانة المستشفى وسمعته خاصة كونه في مجال خدماتي بالدرجة الأولى حيث يبرز فيه الدور الفعال للعلاقات العامة في نشر و تحقيق التوعية الصحة و نجاح الاعلام الصحي .

وبالتالي فإن الفرضية الرئيسية للدراسة غير محققة ، حيث أن العلاقات العامة ليس لها دور كبير ولا تحظى بأهمية بالغة في تحقيق التوعية الصحية بالمستشفى وهذا راجع لغياب المختصين في هذا المجال، وكما أن توزيع وظائف العلاقات العامة على بعض الأقسام في المستشفى تؤديها بصفة تقليدية وبصورة عشوائية وعفوية، أي أنها تخضع للمواقف ومتطلبات الظروف المختلفة التي تحدث في المستشفى، ولا تخضع لمعايير وأسس علمية وموضوعية من شأنها تحقيق و نشر الوعي الصحي .

3-4- نتائج الدراسة في ضوء الاهداف :

من خلال النتائج المتحصل عليها من الواقع الميداني والتي عرضناها في ضوء الفرضيات، يمكننا القول بأن الدراسة قد حققت هدفها، بالكشف عن مكانة العلاقات العامة عن الدور الذي تقوم به في التوعية الصحية بالمؤسسات الصحية الجزائرية (المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بزعريريج) من خلال ابراز اهميتها و وظائفها و مكانتها ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى

اما الهدف الثاني فتمثل في الأساليب والوسائل الاتصالية التي يعتمدها المستشفى في أداء أنشطته وكذا القائمين عليها، فتوصلنا إلى أن العلاقات العامة لا ترق إلى المستوى المطلوب وهذا رغم وعي إدارة المستشفى بأهمية كسب تأييد الجماهير لها أنها لم تع بعد أن العلاقات العامة هي وسيلة مناسبة

أما الهدف الثالث للدراسة فهو التعرف و تشخيص العراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة وذلك من خلال محاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاطاتها حيث توصلنا إلى أن مكتب الإعلام والاتصال الذي توكل إليه أنشطة العلاقات العامة لا يقوم بمهامها و ان القائمين بالاتصال لا تتوفر فيهم المهارات اللازمة و القدرة على الاقناع و التحكم في مهارات

الاتصال ، كما أن الأساليب والوسائل الاتصالية المستعملة غير موجودة إذا ما ارتبطت بالمضامين التي تقدمها لجمهورها، إضافة إلى اقتناع القائمين بأنشطة العلاقات العامة إلى الخبرة والتخصص في الاعلام والكفاءة المهنية ، مع عدم توفير الميزانية اللازمة لجهاز العلاقات العامة .

اما الهدف الرابع فيتمثل في ضرورة اظهار أهمية دور هذه الدراسة، فنأمل ومن خلال محاولتنا إبراز الصورة الحقيقية لدور العلاقات العامة في نشر التوعية الصحية في المستشفى وتقديم جملة من الاقتراحات في هذا المجال للمسؤولين في المستشفى في اعتماد الطرق العلمية و المنهجية في اجراء الدراسات و بحوث الراي من اجل تحقيق والتوعية الصحية لدى الجماهير الداخلية و الخارجية ، و اتمى أن نكون قد أثرنا اهتمامهم بأنشطة العلاقات العامة وأهمية دورها العلاجي والوقائي في التوعية لمواجهة الصعوبات والتنبؤ بالآزمات قبل وقوعها .

4-4- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة :

تطرقنا في البداية إلى مجموعة من الدراسات التي تناولت موضوع دراستنا أو أحد مؤشراتنا، واستنادا إلى هذه الأطر سنحاول مقارنة نتائج الدراسات السابقة، حيث نجد :
ان دراسة سمية أحمد عمر حسين كلية الاداب قسم علوم الاتصال بجامعة افريقيا العالمية بعنوان دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي دراسة حالة على مرض الايدز بالتطبيق على وزارة الصحة الاتحادية في الفترة الممتدة من (2010-2011 م) و توصلت الى :

1-ان العلاقات العامة داخل الوزارة تجد الاستجابة من قبل الادارة العليا في كافة المتطلبات
2-ان التعاون في قسم العلاقات العامة مع المنظمات الخارجية يتم عن طريق الخطابات و الاتصال المباشر و اقامة الندوات لتنفيذ الحملات .

3-تقوم ادارة العلاقات العامة بالحملات الاعلامية في اثناء الازمات بصفة عامة .
ومن جهتها توصلت دراستنا هذه إلى عدم الاستجابة من طرف الادارة العليا الى كافة متطلبات جهاز العلاقات العامة ، و ان تعامل هذا المكتب مع الجماهير يتم فقط في وسائل محددة كمواقع التوصل الاجتماعي و الاجتماعات و الاعلانات في الاتصال ، كما ان ادارة العلاقات العامة لا تقوم بالحملات الاعلامية بصفة عامة .

1- اما فيما يخص رسالة ماجستير بعنوان " العلاقات العامة في المؤسسات الصحية " دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الامارات العربية المتحدة ظ، إعداد محمد قيراط ، 1996 .

فقد وصلت ان مفهوم العلاقات العامة في وزارة الصحة مزال محدود جدا ينحصر في المؤتمرات و القيام بإجراءات التأشيرات و حجوزات الفنادق و بعض الاتصالات و

التنسيق مع وسائل الاعلام ، بمعنى اخر ان جهاز العلاقات العامة بوزارة الصحة لم يخرج بعد من حيز نموذج الدعاية الاجابية و الاعلام الايجابي للمنظمة .
تشير النتائج الى الدور المحدود للعلاقات العامة في البحث و التخطيط و المساهمة في اتخاذ القرار نظرا للمكانة الضعيفة لأقسام العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة ، عدم اقتناع المسؤولين بدور العلاقات العامة في المؤسسات .

و هذا ما توصلنا اليه من خلال محدودية نشاطات المكتب المكلف بالإعلام والاتصال في المستشفى ، حيث ينحصر مفهوم العلاقات العامة في الاعلانات و الاجتماعات و النشر في مواقع التواصل الاجتماعي ، كما ان لمكتب الاعلام و الاتصال توصلنا ان دوره محدود في اتخاذ القرارات نظرا للمكانة الضعيفة في الهيكل التنظيمي و عدم القدرة على اقتناع المسؤولين بدور العلاقات العامة في تحقيق الوعي الصحي .

2- اما فيما يخص حامد تاج السر محمد الامين و اخرون ، جامعة ام درمان الاسلامية كلية الاعلام قسم العلاقات العامة و الاعلان عام (2009م) بعنوان دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي بالامراض المستعصية ، حيث اوصت الدراسة الى

- 1- توصل الباحثون ان العلاقات العامة في وزارة الصحة الاتحادية يختصر في مراسيم و ليس لها اي دور في نشر الوعي الصحي .
- 2- اكتشف الباحثون ان وزارة الصحة في ولاية الخرطوم تلعب جهودها في الحد من مرض واحد على مدار السنة .

3- من خلال دراسنا الميدانية وجدنا ان اكثر انواع السرطانات انتشارا هو سرطان الثدي .

4- توصلنا ان مرض السرطان يزداد يوما بعد يوم في السودان بصورة رهيبه .
يتبين لنا التقارب بين بعض النتائج الخاصة بالمستشفيات الحكومية وقلة إدراك المسؤولين والموظفين بها لأهميتها وعدم فهمهم لمعناها الحقيقي، وهذا ما تبين أيضا من خلال دراستنا، كما أنه توصل أيضا إلى أن القائمين بالاتصال لا يملكون مؤهلات تمكنهم من ممارسة أنشطة العلاقات العامة بشكل جيد وبالتالي تفعيلهم للاتصال داخل المستشفيات الحكومية و خارجها ، و الحد من الامراض و اعطاء المعلومات و الخدمات اللازمة لنشر الوعي الصحي بين افراد المجتمع .

4- من خلال مقارنة نتائج دراستنا مع الدراسة التي اجريت من طرف الباحث محمد سعد السريع استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام تحت عنوان :
الادوار المؤسسة و الانشطة للعلاقات العامة في المستشفيات الحكومية و الخاصة -دراسة ميدانية -لمديري العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية و كان ذلك بجامعة الملك سعود بالمملكة العربية السعودية ، قسم الاعلام علاقات عامة ، 2002 م.

و قد توصل الباحث الى النتائج التالية :

- ان دور النشر هو الدور الغالب تطبيقه في المستشفيات الحكومية و الخاصة .
 - ان نشاط استقبال الوفود هو النشاط الاكثر تداولاً في المستشفيات الحكومية و الخاصة .
 - جاء هدف تحسين صورة المؤسسة للجمهور الخارجي و كسب ثقته كأول الاهداف التي تسعى ادارة العلاقات العامة لتحقيقه يليه هدف التعرف على جماهير المرضى و الاطباء و مساعدتهم .
 - اتضح وجود فروق جوهرية بين المستشفيات الحكومية و الخاصة كتفهم الادارة العليا في المستشفيات الخاصة لدور الاعلان و اهميته و الاعتماد عليه لجذب المستفيدين و ادراك اهمية الانشطة الاجتماعية في تحسين سمعة المؤسسة .
- و هذا ما توصلنا اليه من خلال عدم تفهم الادارة العليا بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج لدور الاعلانات و الملصقات و الندوات و وسائل الاتصال المختلفة و توظيفها بشكل الازم لتحقيق الوعي الصحي بالنسبة للمؤسسة و التعرف على جماعير المرضى و المواطنين الذين هم بحاجة فعلا الى تقديم المعلومات و الاخبار المتعلقة بالصحة و نشر التوعية الصحية بصفة دائمة .
- من خلال مقارنة دراستنا مع دراسة نبيلة بوخبرة 1997 بعنوان " الإتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر " تطرقت الدراسة إلى جهود الحكومة في الميدان الصحي ، وتم الوصول الى النتائج التالية :
- تعاني الجزائر كسائر البلدان المتخلفة نقصا فادحا فيما يخص الباحثين و المختصين في ميدان الإتصال الإجتماعي ، و هذا ما ينعكس سلبا على كيفية تطبيق الإتصال في الجزائر أن جل الرسائل المستعملة في الحملات الإعلامية (الإتصال الإجتماعي) في الجزائر ، تتميز بأنها رسائل ذات بعد واحد ، و هذا يعني أننا نستعمل رسالة واحدة إلى كل شرائح المجتمع ، دون أن نراعي خصائص كل طبقة إجتماعية موجودة في المجتمع ، أي أنها تمس كل الفئات (الشباب ، النساء ، العجزة ، الأميين ، المتعلمين ، الأطفال)
- أن اللغة المستعملة في الحملات الإعلامية لم تدرس بصفة دقيقة، كما أنها تعتبر لغة غريبة و بعيدة كل البعد عن اللغة المتداولة في المجتمع، و غير مفهومة و ليست في متناول الجميع ، و أن الجمهور لم يألف هذا النوع من اللغة .
- إنعدام المراكز الخاصة بسبر الآراء ، مما يؤدي بالمقرر الجزائري إلى إتخاذ القرارات المهمة في ميدان الإتصال الإجتماعي بدون أن يستشير هذا المركز ، ودون أن يقوم بإستقضاء آراء الجمهور بالقرارات الإجتماعية ، و هذه الوضعية هي التي تدفع الإتصال الإجتماعي إلى الفشل

لابد من استعمال وسائل إعلامية متعددة ، فتطبيق الإتصال الإجتماعي في الجزائر يوضح لنا بأننا نفتقر في إستعمالنا إلا لوسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر ، بينما التنوع في إستعمال الوسائل يمكن أن يضمن نجاح الحملة الإعلامية

عدم المتابعة و التقييم لنتائج العملية ، غالبا ما تستثمر الأموال و تبذل الجهود و الوقت لإعداد الحملات الإعلانية و لكن في نهاية العملية لا تقوم بمتابعتها و لا تقييم النتائج عدم إكتراث السلطات المعنية بالإتصال الإجتماعي ، خاصة الحكومات المتداولة على الحكم ، لم تشهد الجزائر المستقلة تطورا يذكر في الميدان الإعلامي نظرا لعدم إكتراث السلطات المعنية بالمؤسسات الصحفية بالإتصال الإجتماعي بصفة معمقة.

من جهتها توصلت دراستنا ان المؤسسة العمومية الاستشفائية تفنقر للباحثين و المختصين في ميدان الاتصال و هذا ينعكس سببا على نشاط جهاز العلاقات العامة .
الرسائل التي تقدمها الادارة العامة في المؤسسة العمومية الاستشفائية يجب ان تراعي جميع خصائص المجتمع .

عدم اعتماد جهاز العلاقات العامة على سير الاراء من اجل اتخاذ القرارات اللازمة و هذه تدفع الاتصال الى الفشل في تحقيق و نشر و عي الصحي بان متطلبات الجمهور امر اساسي لا بد من معرفته .

لا بد من استعمال وسائل اعلام متعددة و هذا ما لم يتم لاحظته في نشاط مكتب الاعلام و الاتصال بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج .

عدم توفر الميزانية و هذا ما تم معرفته من خلال الدراسة الميدانية .
كما ان الادارة العليا لا تكثرث بجهاز العلاقات العامة و لا تعطيه الاهمية البالغة و الاستقلالية اللازمة لتحقيق الاهداف المرجوة .

من خلال مقارنة نتائج دراستنا بالنتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة التي أجريت في الجزائر والدول العربية الأخرى، والتي أجريت في حدود زمنية متفاوتة، نستنتج أن العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية الجزائرية لا تحظى بالاهتمام الكافي لتكون فاعلة ومؤثرة في برامجها تحقيق التوعية الصحية ، كما نجد أن وضعيتها ومكانتها وممارستها في هذه المؤسسات لم تتغير كثيرا انطلاقا من أولى الدراسات في هذا المجال و هو التوعية و الاعلام الصحي ، إلى غاية يومنا هذا، حيث تؤكد لنا أغلب هذه الدراسات أن العلاقات العامة لا تقوم بأي دور استشاري للإدارة العليا على مستوى هذه المؤسسات سواء كوظيفة إدارية أو نشاط أو قسم خاص بها ضف إلى ذلك أنها لم ترق إلى المستوى المطلوب لكي تكون طرفا هاما وفاعلا في التخطيط الاستراتيجي وكذا إدارة الأزمات والمشاكل فضلا عن انعدام مشاركتها في عملية صنع القرار الى غاية يومنا هذا، اضافة الى هذا نقص وسائل الاتصال

المعتمدة و نقص الميزانية حال دون تحقيق اعلام صحي و توعية صحية ترتقي بالمؤسسات الاستشفائية العمومية الى تحقيق الاهداف المرجوة .

4-5- التوصيات و الاقتراحات :

من خلال النتائج التي تم عرضها سابقا توصي المجموعة الباحثة بالتوصيات التالية للمزيد من تفعيل وظيفة العلاقات العامة داخل مركز المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج :

- 1- الإعراف بالعلاقات العامة كادارة قائمة بذاتها لها موقع تنظيمي متقدم .
 - 2- ان يتم تأهيل كل الكوادر البشرية العاملة في مجال العلاقات العامة لكي تقوم بالدور المطلوب منها علي الوجه الاكمل.
 - 3- وضع ميزانية خاصة بالعلاقات العامة للارتقاء بالعمل اليومي في تقديم الخدمات ومتابعة الموقف التوعوية و التثقيفية و الارتقاء بالاعلام الصحي بالمؤسسة العمومية الاستشفائية .
 - 4- ان تكون هناك برامج إعلامية و اتصالية مستمرة تعمل علي رفع التوعية الصحية للجمهور الداخلي و الخارجي للمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج بصفة
 - 5- إعطاء وظيفة العلاقات العامة السلطة التي تخول لها القيام بكافة وظائفها و انشطتها علي أكمل وجه .
 - 6- تعريف الجمهور و تثقيفه بالقدر الكافي باللوائح و القوانين المتعلقة بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج
 - 7- اعطاء ميزانية اكبر و استغلال وسائل اتصالية و دراستها و معرفة ملائمة هذه الوسائل للوصول الى جماهير المستشفى من اجل نشر الوعي الصحي .
 - 8- الابتعاد عن احتكار المعلومات و اشراك إدارة العلاقات العامة و منحها كافة صلاحياتها
 - 9- ضرورة إعادة البحث العلمي في مجال العلاقات العامة و اجراء البحوث القبلية و معرفة حاجات الجمهور للوصول الى نشر و عي صحي و تبليغ انشكة العلاقات العامة للجماهير الداخلية و الخارجية .
 - 10- اصدار مجلة دورية إعداد منشورات – شهرية أو نصف شهرية – وذلك للاتصال بفئات الجمهور و تزويدها بكافة البيانات و المعلومات حول الصحة و الامراض و طرق العلاج و الوقاية .
- وللقيام بكافة المهام سالفة الذكر، على إدارة العلاقات العامة أن توكلها مهامها إلى متخصصين في مجال العلاقات العامة، مع إقامة ندوات تكوينية للعاملين بها من أجل رفع كفاءتهم و اطلاعهم على كافة الطرق المستخدمة .

الخاتمة :

رغم الأهمية الكبيرة لوجود العلاقات العامة في تنظيم سيرورة العمل ورسم النجاح لمؤسسات، إلا أن الكثير من المؤسسات لا تزال تنظر إليها نظرة قاصرة وبذا نتيجة لحدثة هذه الوظيفة في أغلب الدول منها الجزائر التي لا تزال كبريات المؤسسات بها لم تستوعب بعد نا هي العلاقات العامة وضرورة تواجدها وتطبيقها. وتعتبر العلاقات العامة همزة وصل بين المؤسسة و الجماهير كنها تعمل على إحداث التكيف بين كل من الجمهور المتعامل معها، واعتمادا الى نتائج الدراسة نستطيع القول أن المؤسسة الصحية الجزائرية عامة و المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريبي خاصة لم تستوعب بعد الدور الفعال الذي تؤديه باعتبارها مؤسسة خدماتية ويكون نشاط العلاقات العامة خصبا في كسب ثقة الموظفين والجمهور الخارجي الذي هو بحاجة الى المعلومة و التوعية و نشر الوعي الصحي و تطوير الاعلام الصحي الذي هو من اهم الاساليب التي يحتاجها الجمهور للوصول الى التوعية الصحية وهذا راجع لغياب المتخصصين القائمين بنشاطات العلاقات العامة وهذا يؤثر سلبا على سيرورة وتنظيم المؤسسة الصحية العمومية

إلا أنه ومن خلال ما توصلنا إليه من نتائج تبين لنا قلة الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط اتصالي بالمؤسسة الصحية، وهذا ما تؤكد لنا من خلال اتصالنا بالجمهور الداخلي حيث وجدنا أنها تعاني جملة من النقائص والمعوقات المادية والبشرية أحدثت خلا في وظائفها ، حيث تجلت هذه المعوقات أساسا في عدم وجود إدارة خاصة بالعلاقات العامة مجهزة بكافة الوسائل الاتصالية اللازمة وغياب متخصصين قائمين بنشاطاتها وانعدام التدريب في هذا المجال، هذا إلى جانب الفهم المحدود لدى المسؤولين لمعنى العلاقات العامة ووظائفها ومسؤولياتها خاصة اذا تعلق الامر بالاعلام الصحي و دوره البارز في نشر ثقافة التوعية ، إضافة إلى نقص وعي الجمهور الداخلي بالدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة، كل هذا أثر سلبا على مكانة المؤسسة (المستشفى) لدى جماهيرها الداخلية كما من شأنها أن يؤثر سلبا على البيئة المتواجدة به أو المجتمع بصورة عامة . ونرجو في الأخير أن تكون الدراسة قد أعطت فكرة عن ماهية العلاقات العامة ودورها في نشر التوعية الصحية في المؤسسة الصحية، وأن تكون من خلالها قد أثرتنا اهتمام المسؤولين في المستشفى بأهمية العلاقات العامة خاصة في مجال الخدمات وأن تلقى اقتراحاتنا وتوصياتنا أذان صاغية لتطبيقها.

المراجع :

قائمة المراجع باللغة العربية :

- عبد الحكيم خليل مصطفى ، 2009 ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري و التطبيق العملي، ط1، الجيزة : الدار العلمية للنشر و التوزيع .
- ذياب صلاح محمد ، ادارة المستشفيات و المراكز الصحية الحديثة ، دار الفكر عمان ، ط1، 2009 .
- محمد مصطفى احمد ، 1988 ، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة ، دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ، ط1.
- فرج الكامل ، 2001 ، بحوث الإعلام و الرأي العام، تصميمها وإجراؤها و تحليلها ، القاهرة ، دار النشر للجامعات .
- محمد عبد الحميد، 1979 ، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
- سمير محمد حسين، 1990 ، دراسات مناهج البحث العلمي ، بحوث الإعلام ، الطبعة الثانية ، عالم الكتاب.
- عز الدين محمد: محاضرات حول مناهج البحث، 2011 .
- ذوقان عبيدات و آخرون ، 1434 هـ : البحث العلمي ، مفهومه و أدواته و أساليبه ، ط15، دار الفكر ، عمان .
- مهدي حسن زويلف ، 1994، ادارة الافراد في المنظور الكمي و العلاقات الانسانية ، عمان ، دار المجدلاوي للنشر و التوزيع.
- محمد منير حجاب و سحر محمد وهبي ، 2006 ، المداخل الاساسية للعلاقات العامة ، الطبعة الرابعة ، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع .
- بشير العلق ، 2009: تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن.
- احمد محمد المصري ، 2006: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
- إبراهيم عجوة ، 1999 : مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة.
- صالح خليل ابو اصبع، 1998: العلاقات العامة و الاتصال الانساني ، جار الشروق ، عمان.
- غازي إسماعيل ربابعة، بدون سنة.: الرأي العام و العلاقات العامة، دار البشير للنشر و التوزيع عمان.

- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، 2005: الاتصال و العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان.
- محمد منير حجاب، 2007: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة .
- محمد فريد صحن ، 1985: العلاقات العامة، الدار الجامعية للطباعة والنشر و التوزيع، الاسكندرية.
- ريب سيد احمد، 1996: علم الاجتماع والاتصال، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- عبد المحي صالح وآخرون، 2004: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية.
- حسين عبد الحميد رشوان، 1997: العلاقات الإنسانية في مجال علم النفس، علم الإدارة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- سمير حسن منصور، 2005: مناهج العلاقات الاجتماعية من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- صالح خليل أبو إصبع: العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- علي عوجة، 2000 ، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتاب، القاهرة.
- محمد مصطفى احمد ، 1999: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية.
- محمود يوسف مصطفى عبده: مقدمة في العلاقات العامة، مراجعة سامي طابع، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004 .
- عبد الكريم راضي الجبوري، 2007: العلاقات العامة فن و ابداع، دار الهلال للنشر و التوزيع، بيروت.
- زكي محمود هاشم ، 1990: العلاقات العامة، شركة ذات السلاسل للطباعة و النشر و التوزيع، الكويت.
- لبنان هاتف الشامي، 2001 : العلاقات العامة المبادئ و الاسس العلمية، دار اليازوري العلمية .
- هناء حافظ بدوي ، 2001 : العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية، أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- احمد بهجت جاد الله كشك، بدون سنة : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

- محمد ناجي الجوهر، 2001: وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط1، دار المجدلوي للنشر و التوزيع ،عمان،الأردن.
- عبد الكريم راضي الجبوري، 2001: العلاقات العامة فن و ابداع، ط 1، دار التسيير البحار ، بيروت .
- غريب السيد و اخرون ، 2002: علوم الاجتماع و الاتصال و الاعلام، دار المعرفة الجامعية،الازريطية .
- راسم محمد الجمال، 2004 : مقدمة في العلاقات العامة ،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة .
- احمد العابد ،2001: دليل العلاقات العامة بالمؤسسات والشركات ،مركز البحوث المتقدمة،الرياض.
- نجاه صغيرو: تقييم جودة الخدمات الصحية ، دراسة ميدانية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ،تخصص اقتصاد تطبيقي و تسيير المنظمات ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، الجزائر ، 2011 – 2012 .
- محمد عساف عبد المعطي، فالح صالح محمد، بدون سنة، أسس العلاقات العامة،دار الحامد للنشر و التوزيع.
- محمد بن سعد السريع : الأدوار المؤسسية والأنشطة للعلاقات العامة في المستشفيات الحكومية و الخاصة ، دراسة ميدانية لمديري العلاقات 6 العامة في المملكة العامة في المملكة العربية السعودية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام ، جامعة الملك سعود ، المملكة العربية السعودية 2005 .
- ياسين مسيلي: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية ، دراسة ميدانية بالمشفى الجامعي ، ابن باديس – قسنطينة- مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر 2008- 2009 .
- قائمة المراجع من الانترنت :**

- <http://storage/emulated/o/.dataviz/temp/attachement/www.google.Com>

- WWW.GOOGLE.COM <http://ar.alwaaye.com>

الملاحق

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم علوم الاعلام و الاتصال
تخصص اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان حول دور العلاقات العامة في
التوعية الصحية دراسة ميدانية للمؤسسة العمومية
الاستشفائية برج بو عرييج

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة

اعداد الطالب : حوفاف عبد الكريم اشرف :الدكتور عبد المالك صاولي

ملاحظة : يرجى من سيادتكم ملء هذه الاستمارة بكل عناية و موضوعية
للمساهمة في انجاز هذا البحث و تاكدوا ان هذه المعلومات سوف تستخدم لاغراض علمية و
سرية مطلقة .

شكرا

ضع العلامة (x) في الخانة المناسبة

• خاص بالبيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: اقل من 30 سنة 30 الى 45 سنة من 45 الى 60 سنة اكثر من 60 سنة
- 3- للوظيفة: سلك الاطباء به الطبيب سلك الاداريين سلك العمال المهنيين
- 4- الأقدمية: اقل من 05 سنوات من 05 الى 15 سنة 15 الى 30 سنة فأكثر
- 5- المستوى التعليمي: اقل من الثانوي جامعي دراسات عليا

• المحور الاول : اهمية العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية ؟

6- هل هناك جهاز مختص بالعلاقات العامة يقوم بالتوعية الصحية لدى المؤسسة العمومية الاستشفائية برج

بوعرييج ؟

نعم لا

7- في حالة الإجابة بنعم :

هل هذا الجهاز مرتبط مباشرة بالإدارة العليا للمؤسسة ؟

نعم لا

8- في حالة الإجابة بلا :

ما هي الجهة التي تقوم بالتوعية الصحية داخل المستشفى؟

مكتب الإعلام والاتصال مسؤول العامة

جهة اخرى تذكر

09- هل يمكن الحصول على المعلومات و التوعية الصحية في أي وقت من خلال جهاز العلاقات العامة ؟

لا

نعم

• المحور الثالث : العراقيل التي تحول دون تحقيق التوعية الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية

برج بوعريبيج ؟

معار ض بشدة	معار ض	مح ايد	موافق بشدة	موافق	البنود
					15- يشكل جهاز العلاقات العامة العنصر الفعال بالمؤسسة العمومية الاستشفائية ؟
					16- يعتبر المسؤول الاداري حجر العثرة امام جهاز التوعية الصحية؟
					17- عدم توفر الاجهزة الطبية يعتبر يمثل عائقا امام التوعية الصحية ؟
					18- نقص وسائل الاتصال يشكل عائقا امام نشر التوعية الصحية ؟
					19- نقص الميزانية يشكل عائقا في تحقيق ادارة العلاقات العامة للتوعية الصحية ؟
					20- صفات مسؤول العلاقات العامة وعدم قدرته على التواصل تمثل عائقا في نشر الوعي الصحي ؟
					21- عدم التحكم في مهارات الاتصال تمثل عائقا لتحقيق التوعية الصحية ؟
					22- صعوبة الاقناع لدى جهاز العلاقات العامة يحول دون توفر التوعية الصحية في المؤسسة الاستشفائية؟

فهرس المحتويات

مقدمة

الفصل الأول: الاطار المنهجي للبحث

- 1-1-تحديد الاشكالية14
- 2-1-فرضيات الدراسة15
- 3-1-اسباب اختيار موضوع الدراسة15
- 4-1-اهداف الدراسة16
- 5-1-اهمية الدراسة16
- 6-1-تحديد مفاهيم الدراسة16
- 7-1-الدراسات السابقة18
- 8-1-مجالات الدراسة25
- 9-1-مجتمع و عينة الدراسة31
- 10-1-منهج الدراسة38
- 11-1-أدوات جمع البيانات41

الفصل الثاني : العلاقات العامة و مفاهيمها

- 1-2- ماهية العلاقات العامة47
- 1-1-2- تعريف العلاقات العامة و خصائصها47

- 2-1-2- أسس و مبادئ العلاقات العامة 52.....
- 3-1-2- وظائف العلاقات العامة 56.....
- 4-1-2- اهداف العلاقات العامة 57.....
- 5-1-2- اهمية العلاقات العامة 57.....
- 2-2- العلاقات العامة كإدارة داخل المؤسسة 59.....
- 3-2- وسائل الاتصال في العلاقات العامة 61.....
- 4-2- جمهور العلاقات العامة 66.....
- 5-2- العلاقات العامة كإدارة في المؤسسة 67.....
- الفصل الثالث : العلاقات العامة في المؤسسة الصحية**
- 1-3- مفهوم المؤسسة الصحية 73.....
- 2-3- انواع المؤسسات الصحية 74.....
- 3-3- وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية 77.....
- 4-3- الواقع الحالي لوظيفة العلاقات العامة في المستشفيات: 84.....
- 5-3- واقع و آفاق العلاقات العامة في المستشفيات
الجزائرية..... 85.....

الفصل الرابع الاطار التطبيقي تحليل و تفسير و مناقشة نتائج الدراسة

- 1-4- تحليل البيانات و تفسيرها و التعليق عليها 89.....
- 2-4- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات 105.....
- 3-4- نتائج الدراسة في ضوء الاهداف 109.....
- 4-4- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة 110.....

114.....	4-5- التوصيات و الاقتراحات
116.....	الخاتمة
117.....	قائمة المراجع
120.....	الملاحق

فهرس الج داو

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل عدد المستخدمين و العمال الإجمالي لمستشفى برج بو عريريج	27
02	يوضح التوزيع النسبي لوحدات العينة	34
03	يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس	35
04	يوضح توزيع افراد العينة حسب السن	36
05	يوضح توزيع افراد العينة حسب الاقدمية	37
06	يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	38
07	يوضح اذا كان هناك جهاز مختص بالعلاقات العامة يقوم بالتوعية الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بو عريريج :	89

90	يوضح إذا ما كان جهاز العلاقات العامة مرتبط بالادارة العليا في حالة الإجابة بـ نعم:	08
91	يوضح الجهة التي تقوم بالاتصال و التوعية الصحية داخل المستشفى في حالة الإجابة بـ لا:	09
92	يوضح هل يمكن على المعلومات و التوعية الصحية في اي وقت من خلال جهاز العلاقات العامة	10
93	يوضح ما هي الوظائف التي يقوم بها المكتب حسب رئيسك	11
94	يوضح ماهي الاهداف التي يسعى المكتب لتحقيقها	12
95	يوضح ما هي الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج	13
96	يوضح ما هي الاتصالات التي ترى لها اولوية في المؤسسة العمومية الاستشفائية للتوعية الصحية	14
97	يوضح انسب وسيلة اتصالية لدى المؤسسة العمومية الاستشفائية بتقديم التوعية الصحية	15
98	يوضح هل جهاز العلاقات العامة يشكل العنصر الفعال بالمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعريريج	16
99	يوضح هل المسؤول الاداري يشكل حجر العثرة امام جهاز التوعية	17
100	يوضح عدم توفر الاجهزة الطبية يمثل عائقا امام نشر التوعية الصحية	18
101	يوضح نقص الوسائل الاتصالية يشكل عائقا امام نشر التوعية الصحية	19
102	يوضح نقص الميزانية يشكل عائقا في تحقيق ادارة العلاقات العامة للتوعية الصحية	20
103	يوضح صفات مسؤول العلاقات العامة و عدم قدرته على التواصل تمثل عائقا في التوعية الصحية	21
104	يوضح عدم التحكم في مهارات الاتصال يمثل عائقا لتحقيق التوعية الصحية	22
105	صعوبة الاقناع لدى جهاز العلاقات العامة يحول دون توفر التوعية الصحية	23

فهرس الاشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
25	يوضح الموقع الجغرافي لمستشفى بوزيدي لخضر	01
28	يوضح الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الاستشفائية برج بوعرييج	02