

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: العلوم الاجتماعية

واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية

دراسة ميدانية بالعيادة المتعددة الخدمات شلاغمية عمارة -بومهرة-
قالمة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص علم اجتماع الصحة

تحت إشراف:

لعموري مهدي

إعداد الطالبتين:

✓ عقون هديل

✓ لعمامي نور الهدى

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة
قريد سمير	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
محبوي رفيق	أستاذ مساعد -أ-	مناقشا
لعموري مهدي	أستاذ محاضر -أ-	مؤطرا

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ إِحْسَانًا حَمَلَتْهُ أُمُّهُ كُرْهًا وَوَضَعَتْهُ كُرْهًا وَحَمَلُهُ وَفِصْلُهُ ثَلَاثُونَ شَهْرًا حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ أَشُدَّهُ وَبَلَغَ أَرْبَعِينَ سَنَةً قَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ

الْمُسْلِمِينَ ﴿١٥﴾ الأحقاف / 15.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبنوره تنزل البركات نشكر الله العلي القدير ونحمده على ما هداانا ووفقنا اليه في انجاز هذا العمل المتواضع.

أتوجه بالشكر الجزيل وجميل العرفان للأستاذ الدكتور المشرف لعموري مهدي الذي وجهنا في انجاز هذه المذكرة وتقديمه النصائح والارشادات المتنوعة لإنجاز هذا العمل المتواضع.

أشكر كل من دعمني ولو بكلمة طيبة.

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه فأظهر بسماحته تواضع
العلماء . برحابته سماحة العارفين

وإلى قدوتي الأولى، ونب راسي الذي ينير دربي، إلى من أعطاني ولم يزل يعطيني بلا حدود، إلى من
رفعت رأسي عاليا افتخارا به

"أبي العزيز"

أدامه الله ذخرا لي

إلى التي رأني قلبها قبل عينيها، وحضنتني أحشاؤها قبل يديها، إلى شجرتي التي لا تذبل، إلى الظلال
الذي آوي إليه في كل حين

"أمي الحبيبة"

حفظها الله

إلى الشموع التي تنير لي الطريق اخوتي" رجاء ، ابتسام، سيد علي، هبة"

هم شجعوني وواصلوا العطاء دون مقابل

إلى رفيق رحلة النجاح ومن كان مصاحبا لي أثناء دراستي صديقتي هديل

إلى من لم تربطني بها علاقة النسب .. بعطر الصداقة . . وورد المحبة صديقتي

"هاجر، يسرى، فريال، منار"

وأخيرا وليس آخرا أهدي هذا العمل المتواضع

إلى كل من يتكبد عناء قراءته سواء لتقييمها ولنقدها ولزيادة علمها وإشباع فضوله

-نور-



وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا

إلى من آوتني في رحمها الدافئ تسعة أشهر

إلى من وضع المولى عز وجل تحت قدميها الجنة ووقرها في كتابها العزيز

(أمي الغالية)

إلى من لم يبخل علي بقطرة عرق لأواصل مسيرة تعليمي وأصل لهذه اللحظة

إلى من افتخرت دائما كوني ابنته

(أبي الغالي)

إلى من وهبني الله نعمة وجودهم في حياتي إخوتي: روميساء، أريج، يوسف

إلى صديقتاي: أمال وكوثر

إلى من شاركتني طريق النجاح في مسيرتي العلمية: صديقتي نور الهدى

إلى جميع الأساتذة الذين كان لهم الفضل في أن يخرجونا من بؤرة الجهل إلى نور العلم.

إلى كل من ساعدني وكان له الفضل من قريب أو بعيد في إتمام هذه الدراسة أن يجزيهم الله خير الجزاء

في الدنيا والآخرة وخاصة صديقي وزميلي فيالدراسة شمس الدين.

-هديل-



فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	106
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	107
03	يبين الحالة الاجتماعية	108
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	109
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل	110
06	يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	111
07	يبين توزيع المبحوثين حسب فهمهم للعلاقات العامة	112
08	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير احتواء المؤسسة على مكتب أو قسم خاص بالعلاقات العامة	112
09	يوضح من يتولى مهام العلاقات العامة في المؤسسة (وهذا الجدول يعبر عن العينة التي أجابت ب نعم في الجدول 08).	113
10	يوضح توزيع العينة حسب متغير نوعية عمل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة الصحية	114
11	يوضح أهمية وجود العلاقات العامة في المؤسسة الصحية	114
12	يوضح طبيعة علاقة المبحوثين بمدير المؤسسة	115
13	يوضح توزيع المبحوثين حسب مشاركة المدير لقراراتهم	115
14	يوضح إذا كان يعطي للمبحوثين الفرصة في تقديم آرائهم والتعبير عنها	116
15	يوضح لنا طبيعة العمل مع الزملاء داخل المؤسسة الصحية	116
16	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع العمل المفصل	117
17	يوضح كيفية تأثير طبيعة العلاقة على محيط العمل	117
18	يمثل الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة	118
19	جدول يوضح ما إذا كانت المؤسسة تبلغ موظفيها ب مواجهة مشكلة ما	119
20	جدول يوضح الجماهير التي تتعامل معها خلية الاتصال	120
21	يوضح الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة الصحية في التواصل مع موظفيها	121
22	يوضح أي من الوسائل الاتصالية التي تم ذكرها سابقا لها فعالية أكثر داخل المؤسسة الصحية.	122
23	يوضح الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة الصحية	123

123	يمثل ما إذا كانت المؤسسة تقوم باستدعاء الموظفين في مناسبات معينة	24
124	يوضح الوسائل التي يراها أفراد العينة مناسبة لإعلامهم بنشاطات المؤسسة	25
125	يمثل طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة داخل مؤسستكم	26
125	يوضح سبب العراقيل التي تحد من نشاط العلاقات العامة	27
126	يمثل الصفات التي تراها فئة المبحوثين مناسبة في مسؤول العلاقات العامة لمواجهة مختلف المشاكل	28
127	يوضح ضرورة وجود قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية حسب المبحوثين	29

فهرس الموضوعات:

الصفحة	العنوان
	شكر وعرفان
	الإهداء
	فهرس الجداول
	فهرس الموضوعات
أ	المقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	تمهيد
6-5	1-1 الإشكالية
7	1-2 فرضيات الدراسة
8	1-3 أسباب اختيار الموضوع
8	1-4 أهداف الدراسة
8	1-5 أهمية الدراسة
18-9	1-6 تحديد مفاهيم الدراسة
23-19	1-7 الدراسات السابقة
31-24	1-8 الإطار النظري للدراسة
32	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة
34	تمهيد
40-35	2-1نشأة العلاقات العامة
43-41	2-2وظائف العلاقات العامة
45-44	2-3مبادئ العلاقات العامة
46-45	2-4خصائص العلاقات العامة
47-46	2-5أهداف العلاقات العامة
48	2-6أهمية العلاقات العامة
50-49	2-7وسائل الاتصال كأدوات للعلاقات العامة
53-51	2-8الأسس التي تقوم عليها قدرة رجل العلاقات العامة على الاتصال
54	خلاصة الفصل

فهرس الموضوعات:

	الفصل الثالث: إدارة العلاقات العامة
56	تمهيد
57	1-3 أساليب إدارة العلاقات العامة
60-58	2-3 العناصر الأساسية اللازمة لإدارة العلاقات العامة
61-60	3-3 التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة
62-61	4-3 أهمية التنظيم في العلاقات العامة
63	5-3 إدارة الجمهور الداخلي للعلاقات العامة
64	6-3 إدارة العلاقات العامة للجمهور الخارجي
68-65	7-3 عملية اتخاذ القرارات في إدارة العلاقات العامة
72-68	8-3 كيفية مواجهة الأزمات في إدارة العلاقات العامة
73	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: المؤسسة الصحية
75	تمهيد
79-76	1-4 التطور التاريخي للمؤسسات الصحية
81-79	2-4 أنواع ووظائف المؤسسات الصحية
82	3-4 خصائص المؤسسات الصحية
84-83	4-4 الهيكل التنظيمي للعيادة المتعددة الخدمات شلاغمية عمارة
85	5-4 كيفية ممارسة نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية
86	6-4 مشكلات العلاقات العامة في المؤسسة الصحية
88-87	7-4 مشاكل التسيير في المؤسسات الصحية العمومية في الجزائر
89	8-4 أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الصحية
90	9-4 واقع قطاع الصحة في ولاية قالمة
91	خاتمة الفصل
	الجانب التطبيقي
	الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة
94	تمهيد
96-95	1-5 مجالات الدراسة
95	-المجال المكاني
95	-المجال الزمني

فهرس الموضوعات:

96	- المجال البشري
97-96	2-5 عينة الدراسة
98	3-5 المنهج المستخدم
102-99	4-5 أدوات جمع البيانات
99	-الملاحظة
100	-المقابلة
101-100	-الاستمارة
102	-الوثائق والسجلات
103	خلاصة الفصل
	الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة
105	تمهيد
126-106	1-6 عرض الجداول والتعليق عليها
127	2-6 نتائج الدراسة
130-127	- نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
132-130	-نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة.
132	3-6 النتائج العامة للدراسة:
133	4-6 التوصيات والاقتراحات
135	خاتمة
145-137	قائمة المصادر والمراجع
155-147	قائمة الملاحق
157-156	ملخص الدراسة

المقدمة

إن المتتبع للتحويلات والتغيرات التي طرأت على العالم في السنوات الأخيرة الماضية، يلاحظ أن من بين المجالات والتخصصات التي سلط عليها الضوء هي العلاقات العامة، وهذا إذ دل على شيء فإنما يدل على الدور الهام الذي أصبحت تتمتع به، فقد فرضت العلاقات العامة نفسها خلال السنوات الأخيرة بقوة على التنظيمات المختلفة وأصبحت من الوظائف التي تساهم في تحقيق المكانة المميزة لكونها وظيفة إدارية مهمة في أي هيكل تنظيمي، ومن الثابت أن أنشطة العلاقات العامة لا تعمل في الفراغ، بحيث تعتبر العلاقات العامة أحد المتغيرات في العملية الاجتماعية، حقيقة هي متغيرا حاسما وفعالا ذلك لأنها تسعى إلى تحقيق التكيف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها، وهذا التوافق يوفر للمؤسسات المعاصرة مناخا نفسيا أكثر ملائمة لتطورها تطورا سليما ومستقرا، وعليه فإن العلاقات العامة هي بمثابة دعامة أساسية في تطور المؤسسات وهي جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة التي تسعى للحصول على ثقة الرأي العام وتأييده، لأنها تملك أساليب التطور الأكثر تنوعا خاصة إذا كان دورها مكملا لدور الإدارة العليا بالمؤسسات.

والمؤسسات الصحية كغيرها من المؤسسات الأخرى تحتاج إلى جهاز علاقات عامة مختص ينظم برامجها وخدماتها ويعمل على نشر الوعي الصحي من خلال تثقيف الناس وتعريفهم بجهودها المبذولة للوقاية من الأمراض وعلاجها وبناء صورة ذهنية لائقة عن المؤسسة وذلك بتقديم المعلومات الصادقة والتأثير الموضوعي القائم على البحوث العلمية الدقيقة، ومن هنا تنبثق أهمية العلاقات العامة عن طريق كونها وسيطا اتصاليا محايدا يعمل على التنسيق بين مصالح المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي.

وفي هذا الإطار سعت هذه الدراسة إلى التركيز على العيادة المتعددة الخدمات "شلاغمية عمارة" كنموذج عن المؤسسة الصحية الجزائرية، ذلك بهدف توضيح واقع العلاقات العامة فيها بالإضافة إلى معرفة الوظائف الحقيقية لها ضمن هذا المجال الخدماتي، وكذلك الوقوف على بعض المشاكل التي تحد من فعاليتها وهو الهدف الأساسي المرجو بلوغه من خلال هذه الدراسة التي ضمت جانبين: الجانب النظري والجانب الميداني، حيث ينقسم الجانب النظري إلى أربعة فصول:

الفصل الأول: يتناول موضوع الدراسة بالإضافة إلى مبررات اختيار هذا الموضوع وأهميته وأهدافه ومن تم طرح الإشكالية وعرض فرضياتها، بالإضافة إلى تحديد المفاهيم، والنظرية الوظيفية كنموذج إرشادي في دراسة العلاقات العامة والدراسات السابقة.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة، من حيث النشأة والتطور ثم التطرق إلى الوظائف ومبادئ، ثم خصائص العلاقات العامة فالأهداف والأهمية ثم دراسة وسائل الاتصال كأداة للعلاقات العامة بالإضافة إلى الأسس التي تقوم عليها قدرة رجل العلاقات العامة.

الفصل الثالث: تناول إدارة العلاقات العامة من حيث أساليب الإدارة، والعناصر الأساسية اللازمة في الإدارة، والتنظيم الداخلي للإدارة وأهمية التنظيم في العلاقات العامة وإدارة الجمهور الداخلي للعلاقات العامة إلى إدارة العلاقات العامة للجمهور الخارجي وعملية اتخاذ القرارات في إدارة العلاقات العامة وفي الأخير كيفية مواجهة الأزمات في إدارة العلاقات العامة.

الفصل الرابع: كانت الدراسة فيه تهدف إلى معرفة ماهية المؤسسة الصحية بداية بالتطور التاريخي لها ولأنواع والوظائف إلى خصائص المؤسسة الصحية والهيكل التنظيمي والإداري للمؤسسة وكيفية ممارسة نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، والتطرق لمشكلات العلاقات العامة في المؤسسة الصحية ومشاكل التسيير في المؤسسات الصحية العمومية في الجزائر وأهم التحديات التي تواجه المؤسسات الصحية وأخيرا معرفة واقع القطاع الصحي في ولاية قالمة.

الفصل الخامس: ضم الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة بحيث تم التعرض فيه لمجالات هذه الدراسة ومنهجها وتحديد العينة، ومختلف الأدوات المعتمدة في جمع البيانات.

الفصل السادس: تناولنا فيه تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بنتائج الدراسة ومناقشتها في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة، ونتائج الدراسة ومناقشتها وكذلك وضع اقتراحات وتوصيات وخاتمة.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

تمهيد:

في هذا الفصل تطرقنا إلى تحديد مشكلة البحث وإطارها وصياغة الفرضيات، وتحديد المفاهيم، وكذا تحدثنا عن أسباب اختيار البحث والأهداف والأهمية وكذا براديجم الدراسة، أما عن المنهج المتبع في دراستنا هو المنهج الوصفي بهدف عرض وتحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها لأنه منهج يقوم بدراسة مشاكل من الواقع.

1-1 الإشكالية:

تعتبر الصحة واحدة من أهم العوامل الأساسية التي تساهم في ازدهار المجتمعات ورفيها، باعتبار أنها تصنع أفرادا مكتملين بدنيا ونفسيا واجتماعيا قادرين على المشاركة الإيجابية في تطوير مجتمعاتهم وبناءها، وهو ما يفسر درجة إهتمام الدول والحكومات برفع المستوى الصحي للمواطنين وحمايتهم من الأمراض والأوبئة¹. وذلك من خلال توفير الخدمة الصحية وتحسين نوعية وكفاءة الخدمة الصحية المقدمة للسكان ووضع الخطط الصحية للخدمات التي أصبحت ركنا أساسيا في اقتصاديات الدول إذ بات الطلب على الخدمة وتحسينها كما ونوعا من ضروريات الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها². ومع التطور الذي شهده العالم الغربي بعد الثورة الفرنسية والصناعية، نتج عن ذلك تغيرات جذرية في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية أدى بذلك إلى ظهور المؤسسات كإطار عام ينظم حاجات الأفراد والمجتمع، ومن بينهم المؤسسات الصحية التي تعتبر من المنشآت الهامة كونها جزء لا يتجزأ من البناء الاجتماعي لأي مجتمع، سواء كانت مستشفيات أو مستوصفات أو غيرها من المراكز الصحية وبما أن المؤسسات الصحية هي أساس الأنظمة الصحية، فهي تعتبر المتكفل الأول بتقديم الرعاية للمرضى، كما أن لها أدوار أخرى متنوعة تتمثل في الأدوار العلاجية والتعليمية والتدريبية و التوعوية التي من شأنها تحسين مستوى الخدمات المقدمة والارتقاء بصحة المجتمع.

ومما لاشك فيه أن لكل مؤسسة صحية جماهير تتعامل معها، حيث تمنح هذه الجماهير الدعم والثقة والتأييد للمؤسسة لتحقيق أهدافها الخاصة والمسطرة، ويكون ذلك من خلال تفعيل الاتصال حيث أصبح تقنية ضرورية من أجل تحقيق التسيير الفعال، ومن أجل التنسيق بين مختلف الهياكل الإدارية والمصالح والأنشطة الصحية داخل المؤسسة بهدف النجاح بالاستمرارية. وتنقسم جماهير المؤسسة الصحية إلى نوعين: الجمهور الداخلي والذي يتمثل في العاملين والمسؤولين داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة والى الجمهور الخارجي الذي يتمثل في المساهمين والعملاء والمستهلكين الذين يتعاملون مع المؤسسة من الخارج.

وباعتبار أن نوع النشاط الذي تمارسه المؤسسة الصحية يفرض عليها الاهتمام بالجانب الإداري، فلا بد من وجود إدارة للعلاقات العامة داخل هيكلها التنظيمي حيث يعد نشاط العلاقات العامة من الأنشطة اللازمة لعمل جميع المؤسسات العلمية والخدماتية والاقتصادية، نتيجة لدور المهم الذي تؤديه في خدمة المجتمع والنهوض بالمؤسسة وتوثيق علاقتها مع الجمهور الداخلي والخارجي، بهدف خلق صورة طيبة في أذهانهم وفق التعامل السليم من خلال وسائل الاتصال والإعلام المتاحة. وبما أن جوهر العملية الإدارية يكمن في

¹ - لعموري مهدي، الصحة الجوارية في الجزائر من القطاع الصحي إلى المقاطعة الصحية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 31، 1/01/2023، الجزائر، ص 583.

² - سعيدة رحمانية، وضعية الصحة والخدمات الصحية في الجزائر، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 11، مارس 2015، ص 215.

وجود قسم للعلاقات العامة فإن المؤسسات الصحية واحدة من المؤسسات الخدماتية التي هي بأمرس الحاجة لهذا القسم كونها تعمل على التنسيق بين جميع أفراد المؤسسة من أطباء وممرضيين ومسؤولين، كما لها الدور الهام في تخفيض حدة السلبات والأمراض الإدارية داخل المؤسسة.

يقاس تقدم أي دولة في العالم بمدى رفاهية الخدمات المقدمة في مختلف القطاعات ومدى اهتمامها وانشغالها بتحسين قطاع الصحة على الخصوص، والجزائر كغيرها من الدول التي تولي اهتماما كبيرا بهذا القطاع بغية الارتقاء به، من خلال سياسة الإصلاح. فقد حاولت الجزائر الارتقاء بالحالة الصحية للمجتمع وسعت لأجل هذا المبدأ جاهدة بالرغم من الظروف الصعبة التي عاشتها، والأزمات التي توالى عبر الأزمنة بصفة عامة، بالرغم من مختلف الجهود الساعية إلى تحسين الوضع الصحي الجزائري، إلا أن الأساليب وطرق التمويل والإنفاق قبل مشروع الإصلاح لم تحقق الهدف الذي وضعت لأجله، ولهذا السبب قامت الجزائر بتبني مشروع إصلاح المستشفيات، هدفة إرساء مبدأ العدالة الاجتماعية والارتقاء بجودة الخدمات الصحية وضمان الاستمرارية على المستوى الاستراتيجي¹.

وقد تعتبر الجزائر واحدة من الدول العربية التي شهدت عدة تغييرات أواخر الثمانينات بدخولها مجال الخصخصة، نتيجة التحولات الاقتصادية الكبرى التي غيرت من طبيعة الاقتصاد العالمي وهيمنة أفكار الانفتاح على معظم اقتصاديات دول العالم. ولهذا أعطت سياسة الإصلاح مكانة هامة للقطاع الخاص وفتحت المجال أمام الاستثمار الأجنبي في هذا المجال، وهو ما مشهود حاليا فتح استثمار المؤسسات الكوبية المتخصصة في شتى المجالات الصحية، لاسيما طب العيون، طب النساء، الأشعة وغيرها من التخصصات²، كما حاولت الجزائر الاهتمام بالعلاقات العامة كإدارة نافذة المفعول داخل المؤسسة، بالرغم من أنها حديثة الظهور، فقد تأسس في الجزائر معهدين مع بداية التسعينات من القرن الماضي لتكوين متخصصين في هذا الميدان وهما معهد علوم الإعلام والاتصال بالجزائر العاصمة ومعهد الإعلام والاتصال ب عنابة³.

وقد أخذنا العيادة المتعددة الخدمات شلاغمية عمارة بلدية بومهرة ولاية قالمة كنموذج عن المؤسسة الصحية في الجزائر، ونظرا لصغر حجم هذه المؤسسة استحسننا حصر الدراسة على جمهورها الداخلي فقط، مما يمكننا على فهم العلاقات السائدة داخل المؤسسة، وقصد دراسة هذه النقطة حاولنا في هذه الدراسة إلقاء الضوء على واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية وهذا ما يدفعنا إلى طرح التساؤل الرئيسي والذي مفاده:

¹- عياد ليلي، هلال، أحمد، قراءة في إصلاحات المنظومة الصحية في الجزائر، مجلة البديل الاقتصادي، ع5، ص153.

²- المرجع نفسه، ص 163.

³- يامين بودهان، هل توجد استراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية، مجلة علوم الإنسانية، ع4، 29 يوليو 2006، ص18.

- ما هو واقع العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية الجزائرية؟

وتتدرج تحته الأسئلة الفرعية كالآتي:

- ما المكانة التي تحتلها العلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟
- ماهي الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة الصحية في التواصل مع موظفيها؟
- ماهي العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية؟

1-2 فرضيات الدراسة

- لا تحظى العلاقات العامة بمكانة هامة داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية.
- تعتمد إدارة المؤسسة على مختلف الوسائل الاتصالية في التواصل مع موظفيها.
- هناك مجموعة من العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية.

1-3- أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث رغبة معينة في اختيار موضوع يجذب انتباهه، ولا بد أن تكون مصحوبة بدوافع وأسباب لاختيار ذلك الموضوع دون غيره من المواضيع، فالعلاقات العامة أصبحت موضوعا يستقطب اهتمام العديد من الباحثين، والتي باتت ضرورة لا غنى عنها داخل أي مؤسسة، كونها الشريان الذي يصل المؤسسة بجمهورها من خلال الانشغالات والأنشطة التي تقوم بها، هذه من الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع والتي يمكننا حصرها النقاط المتمثلة في:

✓ أسباب ذاتية:

- الرغبة في معرفة الدور الحقيقي للعلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية.
- رغبة الغوص في مجال العلاقات العامة.

✓ أسباب موضوعية:

- إمكانية دراسة هذا الموضوع نظريا وإمبيريقيا.
- توفر المصادر والمراجع التي تمكننا من انجاز هذه المذكرة.
- معرفة مكانة العلاقات العامة كونها تعد من أهم الركائز الأساسية لنجاح وديمومة أي مؤسسة.

1-4 أهداف الدراسة :

لكل دراسة أو بحث علمي أهداف معينة يسعى الباحث للوصول إليها وتحقيقها ويمكننا حصرها في النقاط الآتية:

- إسقاط الضوء على واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية.
- إظهار مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية.
- معرفة مدى اهتمام العاملين بالعلاقات العامة داخل المؤسسة.

1-5 أهمية الدراسة

تأتي أهمية دراستنا لهذا الموضوع كون العلاقات العامة تلعب دورا هاما في نشاط المؤسسة، حيث أصبحت جزءا لا يتجزأ من وظيفته، كونها القلب النابض لها، إضافة لدورها الرئيسي في توطيد وتحسين علاقة المؤسسة بجمهورها، فبرامج وأنشطة العلاقات العامة يجب أن تبدأ من داخل المؤسسة بحيث تحقق درجة كبيرة من التفاعل بين العاملين فيها.

وتكمن الأهمية القصوى للبحث كونه موضوعاً حديثاً من حيث المعالجة والدراسة، وإذا تعمقنا في مشكلة البحث المتناولة فإننا سنجدتها تدور حول إشكالية معقدة تكمن في سوء تقدير لب العلاقات العامة، وعدم الفهم الكافي لأهم أنشطتها ووظائف إدارتها سواء على المستوى الداخلي، أو الخارجي للمؤسسة.

1-6 تحديد مفاهيم الدراسة:

1-العلاقات العامة :

قد يكون من الصعب تحديد مفهوم أو أكثر بشأن العلاقات العامة، حيث أن المختصين في هذا الموضوع لم يتفقوا حول مفهومها وتحديد طبيعتها، وكذلك اختلاف الدارسون حسب تخصصهم واختلاف تعاريفهم لها حسب منظور معين لكل منهم. وعلى هذا الأساس فقد حاولنا جمع العدد الكافي من التعريفات ومحاولة الربط بينهم، اعتقاداً منا بوجود سمات مشتركة بالرغم من اختلاف الأساليب والتفاصيل بين تعريف وآخر لكل منهم.

وقبل التطرق لمفاهيم العلاقات العامة لا بد أن نفكك معنى مصطلح العلاقات العامة أولاً:

لو نظرنا إلى هذا المصطلح نجد بأنه جاء من مصطلح اللغة الانجليزية تحت مسمى (public relations) ولو قمنا بتفكيك المصطلح لوجدنا ما يلي:

• علاقات (relations):

وتعني وجود اتصال بين شخصين أو أكثر، ويكون هذا الاتصال بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، يؤدي في النهاية إلى تشكل العلاقات وتكون هذه العلاقات تحت قسمين علاقات عابرة، وعلاقات دائمة وقد يخلق ذلك الاتصال أملاً لكسر المخاوف نحو الآخر¹.

• جمهور (public):

تعني كلمة جمهور أي الجمهور العام مثل أفراد الشعب والرأي العام أو الجمهور الجزئي كجمهور الطلبة والمزارعين والناخبين والأطباء والشباب².

- العلاقات العامة لغة:

علاقة: جمع علائق، ارتباط، صداقة، ما تعلق بالإنسان من صناعة أو معيشة أو غيرها.

¹- بسام الرحمان الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2011، ص 21.

²- المرجع نفسه، ص 21.

عامة: جمع عوام، مفردة عام من الناء نقول جاء القوم عامة أي جميعاً¹

التعريفات الاصطلاحية للعلاقات العامة:

عرفها **طلعت همام** على أنها نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة مفسرة لجمهور المؤسسة، وكذلك نقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة، وذلك بغية الوصول إلى الانسجام أو التكيف الاجتماعي بين المؤسسة و الجماهير².

يعرفها **حفكر** على أنها: تمثل كافة أشكال الجهد الاتصالية المخطط، كما يؤكد دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة، ومنها حل المشكلات الاتصالية وتحويل الاتجاهات السلبية إلى ايجابية عن طريق التأثير الفعال³.

والمقصود بالتأثير الفعال هو إحداث تغييرات ما في الآراء والسلوكيات، والتوجهات المتعلقة بالعاملين داخل المؤسسة بطريقة ايجابية وسليمة.

يعرفها **محمد الغرازي**: ذلك المركب من الأجزاء أو الأنشطة، والتي ترتبط فيما بينها بعلاقات تأثير متناول داخل بيئة معينة وفي سبيل تحقيق أهداف محددة، وبما يؤدي إلى تحقيق فعالية المنظمة⁴.

عرفها الكاتب **كانفليد ومور**: بأنها فلسفة اجتماعية للإدارة تعبر عنها بشكل سياسات وأعمال تهدف إلى ضمان الثقة والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها، وذلك باستخدام الاتصال ذي الاتجاهين بين الطرفين⁵.

عرفتها **كريستيان**: بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور، عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، حتى تكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها ويعضدونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها⁶.

¹ - جبران مسعود، معجم لغوي عصري، دار العلم للملايين، الطبعة الثامنة، بيروت-لبنان، سنة 2001، ص 839.

² - دكتور باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2014، ص 16.

³ - شذوان علي، شبية العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، سنة 2012، ص 30.

⁴ - يسرا حسني عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الطبعة الأولى، المهندسين - الجيزة، سنة 2015، ص 14.

⁵ - بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 35.

⁶ - حسن عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامع الحديث، الطبعة الرابعة الإسكندرية، سنة 2014، ص 115.

فيما يعرفها الأستاذ سام بلاك: بأنها اتصال ذو طرفين لحل المشاكل والمنازعات المتعلقة بتضارب المصالح والمنافع، وذلك بالتوعية عن الوجه الصالح لتبادل المنفعة بالإضافة إلى أنها تعني بإقامة الفهم المتبادل على أساس الحقائق والمعرفة¹.

كما يعرف إبراهيم إمام العلاقات العامة بأنها: علم يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية، بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي².

كما تعرف العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية مستمرة، تعتمد على التخطيط و تعمل بين طرفين هما المنظمة و جماهيرها، عن طريق الاستخدام الملائم للاتصال ووسائل الإعلام بهدف تحقيق أهداف الطرفين بكفاءة وفعالية³.

يوضح لنا هذا التعريف الهدف من العلاقات العامة، وهو تحقيق التفاعل بين المؤسسة وعاملها من خلال العلاقات المتبادلة وخلق صلة حسنة بينهما.

عرفها المعهد البريطاني بأنها: جهود مخططة ومستمرة تهدف إلى إيجاد التفاهم وإقامة الصلات القوية بين المؤسسة وأفرادها، أو أي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المؤسسات، وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقات مستمرة⁴.

وعليه فالعلاقات العامة عبارة عن سعي منظم وثابت الغاية منه هو تحقيق علاقة قوية بين المؤسسة وجماهيرها وما يترتب عن ذلك من انسجام وتكيف داخل المؤسسة.

عرفها معهد العلاقات العامة أنها: الجهود المخططة والمقصودة والمدعمة والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها⁵.

كما تعرف الجمعية الدولية العلاقات العامة على أنها: وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر، تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى الكسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك

¹ - عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار البازوزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2009، ص19.

² - يسرا حسني، مرجع سابق، ص 11.

³ - حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات)، مؤسسة الطوبجي للتجارة والطباعة والنشر، القاهرة-مصر، سنة 2005، ص15.

⁴ - بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 35.

⁵ - حسن عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 115.

الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، ولتحقيق تعاون مثمر أكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها¹.

والمقصود بهذا التعريف هو أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية، تكون عن طريق أهداف مسطرة ومخططة وليست عن طريق أهداف عشوائية وغير منظمة.

تعرفها الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة بأنها: نشاط أي هيئة أو حكومة يعمل على تدعيم العلاقات الجيدة بين الهيئة أو الحكومة والجمهور عن طريق الاتصال والإعلام².

أما الجمعية الفرنسية عرفتها بأنها: الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمراريتها بين أعضائه، وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة، التي تنتفع مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة³.

يعرفها كل من هارلو وبلاك بأنها: فن وعلم المرتبط بالطرق والأساليب، التي يستطيع بها الفرد أن يتعايش ويتفاهم مع أفراد المجتمع وكذلك المؤسسة مع المؤسسات الأخرى⁴.

كما يعرفها جريز وويلد بأنها: وظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة، بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج يهدف إلى رضا هذا الجمهور وتفهمه⁵.

يؤكد بول جاريت أن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة جمهورها من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه⁶.

يعرفها أحمد كمال وعدلي سليمان في كتاب الخدمة الاجتماعية والمجتمع بأنها: عملية لقياس وتحليل الرأي العام لتوصل رأي الجمهور للمؤسسات من ناحية، أو لتوصيل رأي المسؤولين في المؤسسات إلى الجمهور من ناحية أخرى، وهي عملية مستمرة في نشاط المؤسسة¹.

¹- محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، ب. م. ن، سنة 2003-2004، ص 20.

²- حسن محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2015، ص 12.

³- صالح خليل أبو صبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 1998، ص 84.

⁴- هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار راية للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2010، ص 13.

⁵- علي سيد إبراهيم، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، ب د ن، القاهرة، ب س ن، ص 18.

⁶- المرجع نفسه، ص 18.

يرى تشالدرز أن العلاقات العامة هي: جميع النواحي المتعلقة بالسلوك الشخصي أو سلوك المؤسسة، والتي تتميز بأن لها أهمية اجتماعية وليست فردية وهي خدمة مصالح الجمهور من خلال إتقان فن التعامل معه. أي أن العلاقات العامة مهتمة بال جماهير النوعية وتعمل على حل مشكلاته باستخدام أنسب الوسائل والتكتيكات الاتصالية².

ولعل تعريف هارلو هو الأشمل إذ يعتبر العلاقات العامة وظيفة إدارية متميزة، تساعد على خلق وبناء ودعم وإبقاء الاتصال فعال، والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المنشآت وجماهيرها الداخلية والخارجية، وتعمل على مواجهة حل المشكلات التي تواجه الإدارة وإمدادها بآليات مستمرة من المعلومات والبيانات، مما يجعلها متجاوبة مع الرأي العام وتحدد وتؤكد مسؤولية الإدارة اتجاه اهتمامات الجماهير، وتساعد على أن تواكب التغيير وتقيده منه بكفاءة. كما تستخدم العلاقات العامة أيضا كنظام تنبؤ يساعد على التنبؤ بالتعرف على الاتجاهات وتوقعها، وتستخدم في سبيل ذلك بحوث وأساليب وطرق ووسائل الاتصال وفنونه على أساس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الأساسية³.

كما تعرف أيضا بأنها: النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين الطرفين الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه، الحكومة والجماهير، المؤسسة وجمهورها، بين أي مؤسسة أو هيئة، باختلاف أنواعها سواء كانت حكومية، أو خاصة، تجارية، أو اجتماعية أو سياسية، أو دينية، أو رياضية من جهة، وبين فئات الجماهير ذات العلاقة مع تلك المؤسسة أو الهيئة سواء كانوا عاملين، أو مستهلكين، أو أفراد المجتمع المحيط بالمؤسسة بشكل عام⁴.

- التعريف الإجرائي للعلاقات العامة:

هي النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها لجمهورها المستهدف، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلام المتاحة، لتحقيق أهدافها وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات أو السلع التي تقدمها لهم.

2- الجمهور:

- الجمهور لغة:

¹- أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار مكتبة حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2016، ص 14.

²-يسرا حسني، مرجع سابق، ص 12.

³- تأليف وإخراج مركز الخطابي للدراسات، العلاقات العامة في الثورة، مدخل علمي إلى فنون العلاقات العامة، سنة 2022، ص 14-15.

⁴- إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، المكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، سنة 1968، ص 7.

جاء في لسان العرب، أن جمهور كل شيءٍ معظمه، وقد جمهره، وجمهور الناس (جلهم)، وجماهير القوم (أشرفهم)، وجمهرت القوم إذا جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته، وعدد مجمر (مكثر) والجمهرة (المجتمع)¹.

- الجمهور اصطلاحاً:

الجمهور اصطلاح فني يدل على جمع من الناس تربطهم مصلحة أو اهتمامات مشتركة، إزاء مسائل أو مواقف يثار حولها الجدل، وهم ليسوا بالضرورة تجمعهم حدود جغرافية أو طبيعية محدودة².

يعرفه **جفكنر** بأنه : جماعة من الناس تتصل لهم المؤسسة على المستوى الداخلي والخارجي³.

يمكن تعريفه أيضاً على أنه:

جماعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة، كما يرتبط أفرادها بروابط معينة، وكلما ازدادت هذه الروابط توثقاً كانت الجماعة أكثر تجانساً⁴.

يعرفه **موريس جنبرج** بأنه: تجمع بشري غير منظم ولا يربطهم ببعضهم سوى الاتفاق العام في الرغبات أو الإدارة⁵.

يعرفه **اوغل** بأنه: مجموعة تتكون من شخصين أو أكثر لهم بعض الصفات المشتركة⁶.

- الجمهور اصطلاح يقصد به فئة أو جماعة من الناس، تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة،تجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة⁷.

¹- ليليا شاوي،أساليب قياس الجمهور والوسائط الجديدة، تخصص اتصال جماهيري والوسائط المتعددة، قسم علوم الاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2021/2020.

²- منال محمد رجال، العلاقات العامة من منطق نظري وعلمي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2015، ص 59.

³- إبراهيم بالحيمر، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 1، سنة 2016 الجزائر، ص 50.

⁴- تلسقف، الجمهور، علي إسماعيل الجاف، 2، نوفمبر، 2010 ، <http://tellskuf.com>، 11:05

⁵- شدوان علي شيبية، مرجع سابق، ص 241.

⁶- أنعام حسن أيوب وآخرون، مرجع سابق، ص 99.

⁷- عبد الناصر، أحمد جرادات، مرجع سابق، ص 147.

يعبر الجمهور عن:الأفراد الذين تربطهم علاقات ما تحت تأثير، أو موقف،أو نشاط مشترك، بحيث يعبر عن ذلك الاهتمام الذي يؤثر في سلوكهم¹.

كما يعرف أيضا على أنه : مجموعة من الناس لا يعرفون بعضهم البعض ولا يوجد تفاعل بينهم،وهو بهذه الصفات يشبه الحشد لكن يختلف عنه في أن أفراد الحشد يجتمعون في مكان جغرافي محدد،أما أفراد الجمهور لا يجتمعون في مكان جغرافي واحد بالضرورة،وإنما اجتماعهم يكون على أساس اختبارات محددة².

يعرف أيضا على أنه : جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة، كما يرتبط أفرادها بروابط معينة،وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة،أو التنظيم تؤثر فيه وتتأثر به،أي أن هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين³.

كما يشير أيضا إلى مجموعة كبيرة من الناس تمثل طبقات اجتماعية مختلفة، تتضمن هذه المجموعات أفرادا يختلفون من حيث مراكزهم، ومهنتهم، وثقافتهم،و ثروتهم،وكل فرد من هؤلاء مجهول الهوية ولا يتفاعل مع الآخرين، ولا يتبادل معهم الرأس والمشورة أو الخبرة ، فأفراد الجمهرة منفصلين بعضهم عن بعض ماديا،ولا تتاح لهم الفرصة أنيختلطوا أو يتقاربوا كما أنهم غير منظمين أو قادرين على أن يعملوا كوحدة بشكلفعال⁴.

-الجمهور في نظر خبراء العلاقات العامة: جماعة من أفراد تقع في محيط نشاط منشأة أو مؤسسة معينة،تؤثر عليها وتتأثر بها،وتتسم بطابع مميز وينمو بين أفرادها مجموعة من الشعارات والرموز، ويوجد بينهم مصالح متشابهة،ويربط بينهم روابط معينة، وكلما ازدادت هذه الروابط توثقا كانت الجماعة أكثر تجانسا⁵.

عرفه إبراهيم إمام بأنه : مجموعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة،كما يرتبط أفرادها بروابط معينة⁶.

¹- شذوان علي شيبية،مرجعسابق، ص 241.

²- بن عون منى، جمهور العلاقات العامة مقياس العلاقات العامة، قسم الاتصال كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

³- يسرا حسني،مرجعسابق ، ص 37.

⁴- بسام عبد الرحمان المشابقة، مصطلحات العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،عمان-الأردن،سنة2014، ص17.

⁵- حسن عبد الحميد أحمد رشوان، مرجعسابق ، ص225.

⁶- أنعام حسن أيوب وآخرون، مرجعسابق ، ص 99.

تعرفه جهان أحمد رشدي: هو مجموعة كبيرة من الناس تضم مختلف الطبقات الاجتماعية، و يقصد به كذلك جماعة من الناس تتميز عنها بصفات خاصة، لم يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة تقع في محيط نشاط المنشآت، أو التنظيم، أو المؤسسات الإعلامية، تؤثر وتتأثر به¹.

وفي تعريف آخر الجمهور كالقطيع تجمععه ساحة واحدة، أو واحة، أو مزرعة واحدة، ليس له رأي واحد أو إجماع على رأي، وهو يتحرك طبقا لما يواجهه المواجهون والقادة، بحيث يصبح الجمهور أسلوب الإرادة يخاف ممن يرهبه ويستسلم لمن يسيطر عليه، وغير ذلك من التعاريف والآراء التي تناولت الجمهور وجعلت من الجمهور شيء يسهل التعامل معه ولكن الجمهور دائما بهذا الشكل والتصرف. فهناك جمهور مثقف، وجمهور ذواق، والجمهور الغامض، والجمهور البسيط².

- التعريف الإجرائي للجمهور:

الجمهور هو مجموعة من الأفراد يختلف حجمها من مجتمع إلى آخر، قد تربطهم نفس المصالح أو يشتركون في خصائص معينة أو تجمعهم نفس الرغبات.

3- الاتصال:

- الاتصال لغة:

أصل كلمة اتصال مشتق من الفعل وصل أي أن الاتصال هو الصلة والبلوغ إلى غاية معينة من تلك الصلة³.

- الاتصال اصطلاحا:

يعرف الاتصال على أنه: عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص بنقل رسالة تحمل المعلومات والآراء أو الاتجاهات أو المشاعر للآخرين، لتحقيق هدف ما عن طريق الرموز لتحقيق استجابة ما في ظرف ما (أو سياق /بيئة اتصالية)، بغض النظر عما يعترضها من تشويش⁴.

عرفه تشارلزكولي على أنه: ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية، بواسطة نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان⁵.

¹- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 3، القاهرة، سنة 2003، ص 559.

²- أنعام حسن أيوب، مرجع سابق، ص 99.

³- مناني صبرينة، محاضرة بعنوان مفاهيم عامة حول الاتصال، مقياس الاتصال، تخصص تسويق.

⁴- صالح خليل أبو صعب، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، عمان-الأردن، سنة 2006، ص 14.

⁵- خيرى خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، ب. د. ن، محطة الرمل-الإسكندرية، ب. س. ن، ص 9..

يعرف الاتصال على أنه: عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل، ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، أوفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار، ومعلومات ومنبهات، بين الأفراد عن قضية أو معنى مجرد، أو واقع معين¹.

كما يعرف أيضا على أنه: العملية التي بها يتم نقل المعلومات من طرف إلى آخر، أي من مرسل إلى مستقبل، وعلى ضوء ذلك تتكون المعلومات من فكرة مختصرة في ذهن الطرف الأول قبل نقلها إلى الطرف الثاني، أما الشكل الذي تتخذه هذه المعلومات أثناء نقلها فهي إما كلمات مكتوبة، أو شفوية، أو رموزا، أو صورا، وإشارات تعبيرية باليد، كالتلويح، والإيماء أو بقسمات الوجه، كالتقطيب أو الابتسامة².

عرفه محمد عبد الحميد بأنه: العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار، في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة³.

يعرف الاتصال أيضا على أنه: عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو معنوية، تنتقل من خلاله وسيلة الاتصال إلى الطرف الآخر، ولا يكفي مجرد توجيه الرسالة من طرف إلى آخر، وهي العملية التي يمكن أن يطلق عليها البث أو النشر أو الإرسال من جانب واحد، فلكي يتم الاتصال لا بد أن يتلقى الطرف الأول ردا فوريا أو تدخلا على رسالته، وأن تستمر الردود على استمرار توجيه الرسائل فإذا انقطعت الردود أصبحت الرسائل بثا أحادي الاتجاه⁴.

توصل الباحث إلى التعريف الذي وصفه كولن جيرري في كتابه الاتصال الإنساني حيث اعتبر أن الاتصال هو: العملية التي تتفاعل بمقتضاها المؤسسات، إذ انه بدون الاتصالات تموت الحركة الدائمة للمؤسسة وجميع أنشطتها⁵.

- التعريف الإجرائي للاتصال:

هو عملية تبادل الأفكار بين أفراد أو جماعات عن طريق رموز وإشارات من أجل خلق علاقات متبادلة.

4- المؤسسة الصحية:

¹- خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2005، ص 20.

²- بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 249.

³- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، ب. س. ن، ص 25.

⁴- تأليف وإخراج مركز الخطابي للدراسات، مرجع سابق، ص 55.

⁵- بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 251.

- تعريف المؤسسة لغة

هي اسم مكان للفعل أسس ومصدره تأسيس ومعناه جعل لشيء أساساً¹.

- التعريف الاصطلاحي للمؤسسة الصحية:

عرفتها منظمة الصحة العالمية من المنظور الوظيفي بأنها : ذلك الجزء المتكامل من التنظيم الاجتماعي والصحي، الذي يعمل على توفير الرعاية الصحية الكاملة بشقيها العلاجي والوقائي للمواطنين، ويصل بخدماته الخارجية إلى الأسرة في بيئتها المنزلية وهو أيضاً مركز لتدريب العاملين في الخدمة الصحية².

تعرف المؤسسة الصحية في علم الاجتماع الطبي على أنها: كل التنظيمات والهيئات أو المؤسسات التي تقدم أي خدمة صحية وطبية، سواء كان مباشراً أو عن طريق المؤسسات والتنظيمات والوحدات الرسمية، أو غير مباشر عن طريق الجمعيات والمنظمات المساندة لقطاعي الصحة والمرضى في جميع العمليات الإجرائية للصحة العامة، والتي تتمثل في المؤسسة الإنشائية والتعليمية والعلاجية والوقائية، سواء تعني بها أو تمارس أعمالاً صحية مختلفة تخدم الصحة العامة³.

تعرف المؤسسة الصحية أيضاً بأنها : كل وحدة أو تنظيم مستقل للخدمات العلاجية والوقائية وتقدم هذه الخدمات لأفراد يقيمون في بيئة جغرافية أو يتبعون قطاعاً مهنيًا أو طبقيًا⁴.

أما **روك و والتون** فقد عرفا المؤسسة الصحية على أنها: مجموعة من التخصصات والمهارات والمهن الطبية وغير الطبية ومجموعة من الخدمات والأدوية التي تنظم في نمط معين، بهدف خدمة المرضى الحاليين والمرتقبين وإشباع حاجاتهم، ومن ثم استمرار المؤسسة في النمو⁵.

عرفتها الهيئة الأمريكية للمستشفيات بأنها: مؤسسة تحتوي على جهاز طبي منظم يتمتع بتسهيلات طبية دائمة تشمل على أسرة وخدمات طبية⁶.

- **التعريف الإجرائي للمؤسسة:**

¹- محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 19.

²- سليم بطرس جلدة، إدارة المستشفيات والمراكز الصحية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، سنة 2005، ص 27.

³- أي عربي، تعريف المؤسسة الصحية في علم الاجتماع الطبي، هديل العنوم، 16 أوت 2021. <http://e3arabi.com>

⁴- صابر أحمد عبد الباقي، محاضرة في مقياس علم الاجتماع الطبي، كلية الآداب، جامعة المنبعا.

⁵- ذياب صلاح محمود، إدارة المستشفيات والمراكز الصحية، دار الفكر، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2009، ص 32.

⁶- ذياب صلاح محمود، مرجع سابق، ص 33.

هي عبارة عن منشأة تهدف لتقديم خدمات علاجية ووقائية لجميع أفراد المجتمع وقد تكون عمومية أو خاصة.

1-7 الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة الركيزة الأساسية وأحد الأجزاء المهمة في خطة البحث العملي، وهي تعد بمثابة الجزء الثاني المرتبط بالإطار النظري لمنهج البحث العلمي، فهي الأبحاث التي يرجع إليها الباحث ويعتمد عليها من أجل الحصول على البيانات والمعلومات التي لها صلة بموضوع بحثه، وتكون تلك الأبحاث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فلا يمكن للبحث أن يكون علميا وصحيحا إن لم يكن يحتوي على جزء الدراسات السابقة، ويرجع هذا إلى مدى أهميتها وضرورة وجودها كعنصر رئيسي من مكونات البحث.

• الدراسات المحلية:

1-الدراسة الأولى :

دراسة بعنوان: ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية الجزائرية العمومية والخاصة، دراسة مقارنة بين المؤسسة العمومية محمد بوضياف أم بواقين، والمؤسسة الاستشفائية الخاصة الأمير بعين البيضاء، من إعداد الطالبتين: زيادي مروة، مذكور خولة، تحت إشراف: بن برغوث ليلي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية سنة 2014-2015.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على وظائف ونشاطات العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية سواء العمومية أو الخاصة، والكشف على المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، كما تم الاعتماد على العينة الطبقية العشوائية، وقد قسم مجتمع الدراسة إلى 3 فئات وقدر المجتمع الإجمالي ب 609 فرداً، التي تمثلت في فئة الإداريين والتي قدرت ب 280 فرداً، وفئة الشبه طبي ب 254 فرداً، وفئة الأطباء ب 75 فرداً. أما في المستشفى الخاص فكان مسح شامل لأفراد العينة، لأن مجتمع الدراسة كان قليل العدد قدر ب 40 عاملاً.

تم جمع المعلومات والبيانات على أكثر من أداة واحدة واشتملت هذه الدراسة على الأدوات التالية: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة، والتي تم تقسيمها إلى أربع محاور.

توصلت هذه الدراسة على أن العلاقات العامة تحتل مكانة هامة في الهيكل التنظيمي بالنسبة للمستشفى الخاص، أما في المستشفى العمومي فلا يوجد جهاز مختص بالعلاقات العامة، بالإضافة إلى أن قسم العلاقات العامة يقوم بنشاطات ووظائف كالاتصال بالموظفين والمرضى، على عكس المستشفى العمومي الذي انحصرت نشاطاته ووظائفه في الجانب الإداري في اتصاله بالموظفين، فهو لا يعطي أهمية كبيرة للتغطية الإعلامية والاتصال ب المؤسسات ذات الصلة، لأنه لا يهدف إلى الربح ولا يستهدف استقطاب المرضى.

- تعقيب:

تكمن نقاط تشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في موضوع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية إلا أن هذه الدراسة كانت دراسة مقارنة بين مؤسسة صحية عمومية ومؤسسة صحية خاصة هدفت فيها إلى التعرف على نشاطات ووظائف العلاقات العامة، بينما هدفت دراستنا إلى إسقاط الضوء على واقع العلاقات العامة، كما تم الاعتماد في دراستهم على المنهج المقارن، عكس دراستنا التي اعتمدت على المنهج الوصفي، كما تم أيضاً الاعتماد على العينة الطبقية العشوائية في كلتا الدراستين مما ساعدتنا هذه الدراسة على أخذ فكرة عامة حول الموضوع الدراسة وحول تحديد أسئلة الاستمارة.

2- الدراسة الثانية:

دراسة بعنوان: العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة لمؤسسة الصناعة النسيجية، من إعداد الطالبة: حاج أحمد كريمة تحت إشراف: د بشير محمد، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران السانوية، كلية العلوم الاجتماعية تخصص إعلام واتصال، 2009-2010.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية، وحاولت تحديد مكانة العلاقات العامة في هذه المؤسسة ومدى مساهمتها في صناعة القرار وتعزيز الثقة مع جماهيرها، وأيضاً كانت لهذه الدراسة أهمية في إبراز أهمية العلاقات العامة ودورها الإيجابي في تحسين صورة المؤسسة.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم الاعتماد على الاستمارة والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات، فيما يخص الاستمارة فقد تضمنت أسئلة تهدف إلى التعرف على ضرورة العلاقات العامة داخل المؤسسة، قاموا بتوزيع 40 منها على عينة عشوائية من المسؤولين والإطارات والعمال، وكان الرد بنسبة 100%، أما المقابلة فقد أجريت ثلاث مقابلات مع ثلاثة مسؤولين ذو مهام مختلفة في مؤسسة الصناعات النسيجية كما تم الاعتماد على منهج دراسة حالة.

توصلت نتائج هذه الدراسة على أن المؤسسة الصناعية النسيجية لا تقوم بإنجاز الدراسات والبحوث اللازمة وهذا ما يؤكد أن دور العلاقات العامة يبقى محدوداً في صناعة القرار بالمؤسسة، وذلك لأن إدارة العلاقات العامة لم تتجسد بعد على أرض الواقع، وأيضاً على عدم وجود مكان لإدارة العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته عن باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

- تعقيب:

تكمن نقاط تشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في موضوع العلاقات العامة، إلا أن الاختلاف كان في المجال المكاني لهذه الدراسة، حيث كانت تهدف هذه الدراسة لمعرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعة النسيجية على عكس دراستنا التي كانت في المؤسسة الصحية، تم الاعتماد على العينة العشوائية ومنهج دراسة حالة، بينما دراستنا اعتمدت على العينة الطبقية العشوائية والمنهج الوصفي وقد ساعدتنا هذه الدراسة في تحديد أسئلة الاستمارة.

3- الدراسة الثالثة:

دراسة بعنوان العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية والتي هي دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس "قسنطينة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، من اعداد "ياسين مسيلي". تحت اشراف الدكتور "صالح بن نوار" سنة 2008-2009 جامعة قسنطينة.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح دور العلاقات العامة كجهاز يقوم بوظيفة التنسيق داخل المؤسسة الصحية الجزائرية وخارجها، بالإضافة إلى محاولة معرفة العراقيل التي تحد من فعالية ممارستها داخل المؤسسة الاستشفائية. حيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية واعتمدت على المنهج الوصفي الأكثر ملائمة للواقع الاجتماعي في الاستكشاف والصيانة، وكذلك مرحلة التشخيص والوصف و ثم اختيار العينة،

الطبقة العشوائية كون مجتمع الدراسة غير متجانس وبذلك تشكلت ثلاث طبقات اداريين فئة الطاقم الطبي، فئة المستخدمين للمصالح التقنية والعامه، وتم اختيار 3 أدوات لجمع البيانات تمثلت في: الملاحظة- المقابلة- واستمارة الاستبيان.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها هي:

- العلاقات العامة لا زالت مهملة ولا تحظى بأهمية كبيرة.
- العلاقات العامة لا تحتل مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى.
- عدم وجود قسم أو جهاز يمثل فعلا أنشطة العلاقات العامة في المستشفى وغموض هذا المصطلح أساسا عند المسؤولين والعاملين بالمستشفى.
- **تعقيب:**

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في كلا من المحورين سواء العلاقات العامة أو المؤسسة الصحية، وكذا اتفقت مع دراستنا في اعتماد نفس أدوات جمع البيانات (المقابلة- الاستمارة ...) بالإضافة إلى التجانس في اختيار العينة العشوائية.

إلا أن هناك اختلاف زمني ومكاني بين هذه الدراسة ودراستنا الحالية وهذا لا ينكر أنها زودتنا بمعلومات مما سهلت علينا هذه الدراسة.

4- الدراسة الرابعة:

دراسة بعنوان "فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية" والتي هي دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياء - سكيكدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، من إعداد الطالب "بضياف عاطف" تحت إشراف الدكتورة "ليلي بن لطرش" سنة 2009-2010 جامعة منتوري - قسنطينة.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة المكانة التي توليها المؤسسة موضوع الدراسة لمصلحة الاتصال والعلاقات العامة كونها تمد المصلحة بصلاحيات تمكنها من أداء دورها بفعالية، بالإضافة إلى إبراز أهمية العلاقات العامة، وبالتالي المساهمة في بلوغ أهداف المؤسسة العامة.

هذه الدراسة تلاءمت مع المنهج الوصفي لأنها تريد وصف ظاهرة العلاقات العامة والوقوف على العراقيل التي تحد من فاعلية هذه الإدارة، واستخدمت أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة، الملاحظة والمقابلة.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها هي:

- على الرغم من وجود مصلحة للاتصال والعلاقات العامة في هيكلها التنظيمي، إلا أنها لم تصل بعد إلى المكانة اللائقة التي تسمح لها بمزاولة مهامها على أكمل وجه.
- كما أن قدرة القائمين على هذه المصلحة تعتبر محدودة.

تعقيب:

تكمن نقاط تشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في التطرق كلاهما إلى دراسة العلاقات العامة داخل المؤسسات، إلا أنهما اختلفا في أن هذه الدراسة استهدفت المؤسسة الوطنية للبتروكيمياء، بينما استهدفت دراستنا المؤسسة الصحية، بالإضافة إلى الاختلافات الزمانية والمكانية، إلا أن هذه الدراسة ساعدتنا وبشكل كبير في كل من وضع الاستمارة والتحليل.

- الدراسات العربية:

دراسة بعنوان العلاقات في المؤسسات الصحية، دراسة ميدانية للعلاقات العامة في المؤسسات الصحية في محافظة الأنبار، للدكتور عرسان يوسف عرسان، كلية الآداب، قسم الإعلام، تهدف هذه الدراسة لمعرفة نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الصحية في الأنبار والتعرف على مدى ممارسة واستخدام العاملون لوظائف وأساليب العلاقات العامة، وكذلك التعرف على الأهداف التي تسعى العلاقات العامة في المؤسسات الصحية في محافظة الأنبار إلى تحقيقها.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم الاعتماد أسلوب الحصر الشامل والمنهج المسحي، كما تم الاعتماد على استمارة الاستبيان في جمع المعلومات عن مجتمع البحث.

توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج التي حققت نتائج البحث والمتمثلة في:

- الندوات والزيارات من أكثر الأساليب استخداما من قبل العلاقات العامة في المؤسسة الصحية مع جمهورها الداخلي.
- الندوات والإعلانات من أكثر الأساليب المستخدمة في التعامل مع الجمهور الخارجي في المؤسسات الصحية في الأنبار.
- تبين أن أهم الأهداف التي تسعى إليها العلاقات العامة في المؤسسة الصحية هي التوعية الصحية وزيادة تفاعل المجتمع مع المؤسسات الصحية.
- أن جميع العاملين في العلاقات العامة في المؤسسة الصحية في محافظة الأنبار ليس لديهم المعرفة العلمية بالوظائف الرئيسية للعلاقات العامة.

-تعقيب:

بالرغم من اختلاف المكان والزمان إلا أن هذه الدراسة تناولت موضوع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، وهذا ما تكمن فيه نقطة التشابه إلا أنها ركزت على معرفة نشاط العلاقات في المؤسسة الصحية، في حين ركزت دراستنا على إسقاط الضوء على واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي، على عكس دراستنا التي اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي، وبالرغم من اختلاف هذه الدراسة في مجموعة مختلفة من النقاط إلا أنها زودتنا بمعلومات مسبقة حول موضوع البحث.

1-8 الإطار النظري للدراسة:

يشكل ظهور النظرية في بناء العلم دالة على نضج بنائه الفكري واكتماله، وبالرغم من أن النظرية هي المكون الأخير الذي يكتمل به بناء العلم إلا أنها تظل الوحدة القادرة على منح العلم هويته، وهي الفعالة في توجيه إنجازاته وحركته في دراسة الظواهر التي تشكل مجال فاعلية العلم وإطار بحثه وإدراكه¹.

يعرف روس النظرية بأنها : بناء متكامل يضم مجموعة من تعريفات وافتراضات وقضايا عامة تتعلق بظاهرة معينة، بحيث يمكن أن تستنبط منها منطقيا مجموعة من الفروض القابلة للاختبار².

كما يذهب روبرت ميرتون إلى تعريف النظرية من حيث كونها مجموعة من التصورات المترابطة منطقيا، تلك التصورات المحدودة والمتواضعة وليست الشاملة والمتضمنة لكل شيء، ثم يؤكد أن النظرية تبدأ في الظهور حينما تتربط المفاهيم في شكل قضايا ،بحيث تصبح هذه القضايا تحديدا للعلاقة بين متغيرات واقعية وحينما تتربط القضايا فإن النظرية تتكون³.

- البنائية الوظيفية كنموذج إرشادي للعلاقات العامة:

إن النظرية البنائية الوظيفية هي اتجاه قديم وحديث في نفس الوقت، ذلك أنها تتأصل في فلسفات وأفكار وبحوث المفكرين الأوائل بداية من أفلاطون وابن خلدون، كما نجد بروزها الحديث في أعمال تالكوت بارسونز وغيره، ما يعني أنها لا تعود إلى إسهامات وجهود منفردة لمفكر بحد ذاته، وإنما تستند إلى ارث فكري وتاريخي واجتماعي قديم وحديث⁴.

تستند البنائية الوظيفية إلى مفهومي البناء والوظيفية في تفكيكها لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها، حيث يشير المفهوم الأول إلى الجزء أو العنصر الذي يتكون منه أي نظام أو وحدة أو بناء اجتماعي⁵، ويقصد بالبناء الاجتماعي مجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل وتتسق من خلال الأدوار الاجتماعية، فثمة مجموعة أجزاء متنسقة تدخل في تشكيل الكل الاجتماعي، وتتحدد بالأشخاص والرمز والجماعات وما ينتج عنها من علاقات، وفقا لأدوارها الاجتماعية التي يرسمها لها الكل وهو البناء

¹- علي ليلة، بناء النظرية الاجتماعية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، د.س.ن، ص 09.

²- فتحي أحمد محمد علي، الخدمة الاجتماعية في المؤسسات الصحية في ضوء سياسات الخصخصة، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، د. ب. ن، سنة 2015، ص 11.

³- علي ليلة، النظرية الاجتماعية المعاصرة، دراسة لعلاقة الإنسان بالمجتمع، دار المعارف، الطبعة الأولى، د. ب. ن، سنة 1981، ص 29-30

⁴- محمد غربي، إبراهيم قلاوز، البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية العدد 18، 18 أكتوبر 2016، الجزائر، ص 165.

⁵- مرجع نفسه، ص 174.

الاجتماعي¹، أما الوظيفة فيقصد بها ذلك الإسهام الذي يقدمه الجزء للكل، من وجهة نظر بارسونز فإن الوظيفة هي مجموعة معقدة من الأنشطة والعمليات الموجهة نحو إشباع حاجة أو حاجات للنسق².

- مبادئ النظرية البنائية الوظيفية:

يمكننا حصر مبادئ النظرية البنائية الوظيفية في النقاط الأساسية التالية³:

- 1- يتكون المجتمع أو المؤسسة مهما يكن عرضها وحجمها من أجزاء ووحدات مختلفة عن بعضها البعض، فعلى الرغم من اختلافها إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجاوبة وحداتها مع الأخرى.
- 2- إن الأجزاء التي تحلل إليها المؤسسة أو المجتمع أو الظاهرة الاجتماعية إنما هي أجزاء متكاملة فكل جزء يكمل الجزء الآخر، وفي حالة حدوث تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد أن ينعكس على بقية الأجزاء وبالتالي يحدث ما يسمى ب عملية التغيير الاجتماعي.
- 3- المجتمع أو الجماعة أو المؤسسة يكمن تحليلها تحليلًا بنيويًا وظيفيًا إلى أجزاء وعناصر أولية، أي أن المؤسسة تتكون من أجزاء أو عناصر لكل منها وظائف أساسية.
- 4- الوظائف التي تؤديها المؤسسة أو الجماعة قد تكون وظائف ظاهرة أو كامنة أو وظائف بناءه أو وظائف هدامة.

ولتوضيح المبادئ الأساسية التي يركز بها المنظور الوظيفي نجد أن كل جزء من أجزاء المجتمع مثل الأسرة والمدرسة والاقتصاد والدولة يؤدي عدة وظائف أساسية ومحددة للمجتمع، بالإضافة إلى كل جزء يعتمد على غيره من الأجزاء الأخرى، فعلى سبيل المثال نجد الأسرة تؤدي عدة وظائف اجتماعية محددة مثل التنشئة الاجتماعية ورعاية الأبناء وإشباع حاجات أفراد الأسرة، وتعتمد الأسرة على غيرها من أجزاء المجتمع إذ تعتمد على المدرسة في تعليم أبنائها، وتعتمد المدرسة على الأسرة والدولة لإمدادها بالمعونات المالية، ومن مجموع هذه الأجزاء المعتمدة على بعضها البعض يظهر البناء الاجتماعي⁴.

- خصائص النظرية البنائية الوظيفية:

يمكن تحديد الخصائص المميزة للاتجاه البنائي الوظيفي فيما يلي⁵:

¹- فتحي أحمد محمد علي، مرجع سابق، ص 12

²- فتحي أحمد محمد علي، مرجع سابق، ص 12.

³- أي عربي، النظرية البنائية الوظيفية، رند عتوم، 17 سبتمبر 2019. <https://e3arabi.com>

⁴- طلعت إبراهيم لطفي، كمال عبد الحميد الزيات، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ب. س. ن، ص 79.

⁵-رشاد غنيم، نادية السيد عمر، محمد الرامخ، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، سنة 2008، ص 19-18.

- 1- النظر إلى المجتمع في ضوء مفهومي البناء من ناحية والوظيفة من ناحية أخرى، على اعتبار أن هذا البناء يتكون من عناصر أو أجزاء كل منها يكون له دور، ويطلق على هذا البناء اسم النسق ويكون لهذا النسق وظيفة عامة يؤديها.
- 2- وصف الحدود القائمة بين الأنساق الاجتماعية وغيرها من الأنساق الأخرى كالنسق الثقافي والنسق البيولوجي ونسق الشخصية، حيث أن لكل منها يقوم بأداء وظائفه مما يجعلها متكامل.
- 3- التصور أو الوصف المجرد للوحدات البنائية الكبرى في النسق الاجتماعي باعتبارها تكون باستمرار في حالة توازن، وإذا ما تعرض هذا التوازن للتغيير سرعان ما تتساند تلك الوحدات أو الأجزاء التي يتكون منها النسق من أجل إعادته إلى حالة التوازن التي كان عليها من قبل.
- 4- الاهتمام بشروط النسق وتكامله وفعاليتها باعتباره نسقا مجردا.

5-دراسة العلاقات العامة من المنظور الوظيفي:

جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة العلاقات العامة بهدف التعرف على الدور الوظيفي للعلاقات العامة، وذلك بعد تزايد الاهتمام بها داخل المؤسسات بشتى أنواعها. وبالتالي يمكن تفسير العلاقات العامة بالوظيفة التي تقوم بها داخل المجتمع ككل، وهذا من المنظور الوظيفي الذي يعد من أهم المنظورات وأكثرها واقعية، باعتباره ينظر للمؤسسة على أنها شبكة للعلاقات الاجتماعية، بحيث أن استمرار التنظيم ووجوده يعتمد على مدى التوافق والانسجام في شبكة العلاقات، ومن ثمة فإن دراسة دور العلاقات العامة كإدارة في ظل البنائية الوظيفية يضع لها دور محدد في التنظيم بما يحقق الكفاءة والفعالية في الأداء¹.

في ضوء النظرية الوظيفية التي تركز على وظائف الظواهر الاجتماعية عرض أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة في العناصر التالية²:

- 1- **التوعية العامة:** فالعلاقات العامة تساعد على توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات والبرامج التي تنفذها المنظمة وحيوية ارتباطها بمصالح المجتمع.
- 2- **كسب أعضاء جدد:** فالعلاقات العامة توسع من إطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة ورسالتها وأهدافها، وكذلك تساعدهم على تقييم برامجها وخدماتها الاجتماعية مما يشجع إقبال المهتمين على الانضمام لها.

¹ - شدون علي شبيبة، مرجع سابق، ص 98.

² - هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الرابية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2010، ص 17-

3- تنمية الموارد البشرية: حيث تساعد العلاقات العامة على عرض الخدمات والبرامج التي تنفذها المنظمة، وتساعد على الوصول إلى الجهات التي من الممكن أن تتبنى مثل هذه الخدمات والبرامج وتمولها.

4- كسب التأييد: فالعلاقات العامة تساعد على إيصال السياسات والآراء عبر عدة وسائل وهو ما يؤثر في الرأي العام، وبالتالي قد يؤدي إلى تأييده لمواقف المنظمة ودعمها.

- ومن جهة أخرى قد حدد فيليب لفي لي وظائف العلاقات العامة في النقاط الآتية¹:
 - تقديم النصح والمشورة لإدارة العليا للمؤسسة.
 - الإعلام عن المؤسسة الذي يستلزم استخدام وسائل الاتصال المناسبة والمؤثرة.
 - القيام بالأبحاث والدراسات باستمرار.
 - بناء الثقة الشاملة بين المؤسسة ومختلف الجماهير.
- أما ادوارد برنيز الذي رأى أن العلاقات العامة تقوم على ثلاث وظائف رئيسية هي²:

إعلام الناس وإقناعهم وإدماجهم بعضهم مع بعض، ووظيفة الإدماج ووظيفة هامة للعلاقات العامة التي تسعى إلى تكييف الناس وإلى إدماج الأفراد والجماعات، وفهم المجتمع والناس أساساً في ظل المجتمع التنافسي والمعرفة هامة لكل فرد للعامل مع الجمهور، ومن خلال العلاقات العامة يمكن للفرد أو الجماعة أن يضمن القرارات العامة المسندة إلى المعرفة والفهم.

- أما التقسيم الذي طرحه فيرن بيرن تمثل فيما يلي³:
 - تفسير سياسة المؤسسة وأعمالها إلى جماهيرها.
 - تقسيم الأفعال الحالية والمستقبلية لهذه الجماهير.

• ويقدم الدكتور سمير محمد حسين عرضاً شاملاً لوظائف وأنشطة العلاقات العامة والتمثلة في⁴:

- طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات وإعداد الأفلام التسجيلية.
- إعداد الأنشطة الاجتماعية والرياضية والترفيهية الخاصة بالمؤسسة.

¹- ليلي فقيري، العلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بوزياف، المسيلة - الجزائر، سنة 2016-2017.

²- الأستاذ بورحلة سليمان، محاضرة بعنوان وظائف وأهداف العلاقات العامة، مقياس العلاقات العامة، جامعة ألكلي محمد اولجاح، البويرة.

³- بوعزيز زهير، محاضرات العلاقات العامة، مقياس العلاقات العامة، قسم العلوم الإنسانية كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، 2020-2021.

⁴- عبد الله محمد عبد الرحمان، النظرية في علم الاجتماع - النظرية السوسيولوجية المعاصرة، دار المعرفة الجامعية، د. ب. ن. سنة 2006، ص 73.

- تنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.
- تخطيط وتنفيذ الإعلان عن المنتجات والخدمات.
- متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة عن المنشأة وعرضه على الإدارة وإعداد الرد عليه.
- تقديم الإعلانات المالية للعاملين بعد القيام بالبحوث الاجتماعية عليهم.
- القيام بتنظيم معارض محلية وإقليمية.

• وظائف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للمؤسسة:

يتنوع العاملون من مؤسسة لأخرى وذلك من حيث المستوى الوظيفي والإداري وحتى من خلال طبيعة العمل وبيئته، وقد تتعامل العلاقات العامة مع كل تلك المستويات المختلفة لتؤدي وظيفتها التي تكمن في النقاط التالية:

- خلق علاقات طيبة وجيدة بين جمهور المؤسسة والإدارة العليا وإشراك الجمهور في عملية صنع القرار، وذلك من خلال الاجتماعات والاقتراحات المقدمة.
- قيام العلاقات العامة بإعطاء معلومات صادقة وكاملة لجمهور المؤسسة.
- حرص الإدارة على حل المشاكل التي تواجه العاملين داخل المؤسسة.

• وظائف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي للمؤسسة:

يختلف الجمهور الخارجي عن الجمهور الداخلي ويكون أكثر تنوعاً وبالتالي تهدف إدارة المؤسسة للحصول على تقنية من خلال:

- منح الجمهور الخارجي معلومات صادقة عن نشاطات المؤسسة، وذلك من خلال خلق الثقة بين الطرفين.
- وضع برامج للعلاقات العامة بهدف استقطاب الجماهير الخارجية.
- تقديم تفاصيل أكثر للجمهور الخارجي، وذلك من خلال الحملات الخاصة.

وعليه فالباحثين في ميدان العلاقات العامة بحاجة لدراسة العلاقات العامة ودورها في المؤسسة والذي يمثل فائدة بنائية وظيفية تسهم في فهم بناء المؤسسة، وكذلك يفيد ذلك المنظور في دراسة العلاقات المتبادلة بين الممارسين ووظائفهم وأدوارهم من خلال إدارة العلاقات العامة ويتضمن ذلك التحليل ما يلي¹:

- أ- تحديد مكانة ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسة.
- ب- مدى الأهلية أو الكفاءة التي تميز بها الممارسون وما يحصلون عليه من مكافآت.

¹- شدون علي شيبية، مرجع سابق، ص 100.

وعليه فإن العلاقات العامة وفقا للنظرية الوظيفية تشكل نسقا فرعيا من النسق التنظيمي الأكبر، حيث تقوم العلاقات العامة بتعزيز البناء الاجتماعي كونها جزء منه، من خلال أداء مهامها بكفاءة عالية وفعالية داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة. كما يعتبر تحقيق التوافق والتوازن بين المؤسسة وجماهيرها هدف رئيسيا للعلاقات العامة.

- رواد النظرية:

تعرف البنائية الوظيفية أيضا على أنها من النظريات التي تركز بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها وذلك من أجل الحفاظ على النظام العام، وكذا استمرارية التطور وتقديمه في الوقت نفسه، وهذا ما يتمثل في أفكار الرواد القائمين على علم الاجتماع ومن بينهم:

1- إيميل دوركايم:

يرى دوركايم أن الواقع يتشكل من جملة النظم الاجتماعية المتساندة وظيفيا، وهذه النظم تتشكل من مجموعة من البنى ولأنساق الفرعية كل يؤدي وظيفة معينة واي خلل في احداها يؤثر على استقرار وتوازن المجتمع، "كما يلاحظ أن دوركايم قسم بنية المجتمع إلى قسمين أساسيين ورئيسيين وهما: علم البيئة الاجتماعية وهو الجزء المادي للمجتمع أو الشكل الاجتماعي (التركيبية) ويستند هذا القسم عند دوركايم على البنية الخارجية للسكان والنظم الاجتماعية، أما القسم الثاني فيتكون من وظائف النظم الاجتماعية ومن أمثلة هذه النظم الدين والأخلاق والاقتصاد واللغة"¹.

2- تالكوتبارسونز

يقول جندز في مقالة القوة في أعمال بارسونز لقد تعرض بارسونز لهجوم شديد لإهماله البحث في مواضيع تتعلق بالصراع والقوة، ولذا فإن طروحاته كانت يمكن أن تكون أكثر ثراء لو أن بارسونز كرس بعض من أحداث كتاباته وخصصها في موضوع القوة والظواهر المرتبطة بها، الأمر الذي يكشف غيابها عن مسرح الأحداث بالرجوع إلى مؤلفاته الضخمة².

بحيث قام بدراسة بحوث علماء السياسة التي جرت بالفترة 1920-1940 واعتبرها هي الأنسب في جميع بحوثه ودراساته وتحليلاته المجتمعية، حيث أبرز هذا الأسلوب الجريبي لرؤية الأنظمة السياسية والتي

¹- وسام حجام، دور العلاقات العامة في تفعيل الاتصال داخل المؤسسة العمومية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، ص 14.

²- محمد عبد الكريم، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار مجد ولي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008، ص

كانت نظرتها شمولية عامة، إذ اعتبرها أنظمة متصلة ومكملة الواحدة للأخرى، وعلى هذا الأساس اعتمد بارسونز هذا الأسلوب في تفسير نظريته البنائية الوظيفية التي لعبت دورا كبيرا في تحويل الوظيفة المجتمعية إلى فكرة نظامية وعقلانية¹.

ومن بعض أفكار بارسونز نذكر:

- التركيز على مفهوم النسق الاجتماعي.
- اعتقاد أن الفعل الاجتماعي هو الموضوع الحقيقي لعلم الاجتماع.
- اهتم بالنظم التي يعرفها بأنها مركب من الأنماط التنظيمية الملائمة للتنظيم كوحدة موحدة بنائية في النسق الاجتماعي.
- نظرية الحدث: والتي بلور معالمها بارسونز والتي تدرس الأنساق الثلاثة وهي:
 - الثقافة.
 - الشخصية.
 - النظام الاجتماعي.

3- روبرت ميرتون

كان من أهم إسهامات الرواد في النظرية الوظيفية "روبرت ميرتون" حيث تمثلت في مؤلفه "النظرية الاجتماعية وبنائها" حيث أكد فيها على العلاقة القائمة بين البحوث الامبريقية والاتجاه الوظيفي، ولخص ميرتون إلى وجود قضية مفادها أن العنصر الواحد يمكن أن يؤدي وظائف مقصودة، كذلك فعن الوظيفة الواحدة يمكن أن تقوم بها عناصر بديلة ومختلفة، ويعرف ميرتون الوظيفة تعريفا موضوعيا بأنها: "نتائج يمكن ملاحظتها تحقق توافق وتكيف النسق كما يعرف المعوق الوظيفي كنتائج لتقليل إمكانية تحقيق هذا التكيف"².

وقدم ميرتون تعبيرا واضحا بين الوظيفة الظاهرة والوظيفة الكامنة وهذا التحليل أدى بميرتون إلى تحديد مفهوم للأداء الوظيفي والقصور الوظيفي.

الأداء الوظيفي: يشير للعناصر البنائية وما يترتب عليها من بلوغ حالة التكامل في النسق السياسي³.

القصور الوظيفي: يشير لتلك الحالة التي تؤثر بها العناصر البنائية على حالة التكامل في النسق السياسي.

¹- علا زكي داود القاق، دور النظرية الوظيفية في تحليل سياسات جامعة الدول العربية، رسالة للحصول على درجة الماجستير في علوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الأدب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، أيار، ص 13.

²- علا زكي داود القاق، مرجع سابق، ص 20.

³- المرجع نفسه، ص 20.

الفروض الأساسية التي قدمها ميرتون رأى ميرتون أن هذه الافتراضات غير صحيحة ولذلك فإنه قام نظريته على فروض أساسية بديلة هي:

- 1/ العناصر الاجتماعية أو الثقافية قد تكون وظيفية بالنسبة لمجموعات معينة، وغير وظيفية بالنسبة لمجموعات غيرها وعلى ذلك فلا بد من تعديل فكرة أن أي عنصر اجتماعي أو ثقافي يكون وظيفيا.
- 2/ أن نفس العنصر قد تكون له وظائف متعددة ونفس الوظيفة يمكن تحقيقها بواسطة عناصر مختلفة¹.

4- ابن خلدون:

كما من المعروف أن من أهم الدارسين للنظرية الوظيفية من الباحثين العرب نجد "ابن خلدون" حيث عرفها في مقدمته: "تتجمع النظم في عدد من الوحدات، لنشكل أنساقا أكبر هي التنظيمات وحين تتحد الوحدات.....لتحقق بعض الأهداف الخاصة كالنقطة والدفاع عن الوطن، أو تحقيق العدالة ويتشكل مجموع هذه التنظيمات والمعايير في قطاع واحد من قطاعات المجتمع ما يسمى بالنظام الاجتماعي، ولا سيما السياسي الذي يترتب عليه التشكيل الرئيسي الذي يعبر عن سياستها"².

*تقييم النظرية الوظيفية:

على الرغم من قيمة المنظور الوظيفي كنظرية من نظريات علم الاجتماع إلا أنها تعرضت للنقد نظرا للمبالغة في التأكيد على نظام التوافق والتكامل داخل المجتمع، وإهمال فكرة التغيير والتوتر الذي يطرأ على المجتمع، كونه جزء من طبيعته. كما ينتقد هذا الاتجاه على أنه اتجاه أحادي النظر، أي يهتم فقط بأبعاد التوازن وتحقيق الأهداف ويهمل الأبعاد الأخرى المتمثلة في المشكلات الاجتماعية والأمراض والاضطرابات التي تصيب أفراد المجتمع.

إن الانتقادات المقدمة أو غيرها أهملت الدور المهم الذي قامت به النظرية الوظيفية لجعل النظرية السوسيولوجية مركزا للاهتمام، من خلال دراستها للمشكلات الاجتماعية والقضايا الخاصة بالمجتمع والتركيز على المجتمع، باعتباره نسق يتألف من مجموعة أجزاء مترابطة وعلأنه شبكة مكونة من جماعات متعاونة التي تهدف للاستقرار والتوازن وتدعيم الكل، وأن هذه الإسهامات التي قامت بها النظرية الوظيفية جعلت منها جزءا مهما من التراث العلمي والأكاديمي، مما جعلنا نعتمد عليها كنموذج إرشادي للدراسة، كما يمكن اعتبارها بمثابة الإطار المرجعي الذي يوجه الباحثين بصورة علمية لدراسة الواقع المعاش .

¹- طيب جاب الله، مجموعة محاضرات في مقياس النظريات السوسيولوجية لتربية علم اجتماع تربوي، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ألكلي محند اولحاج، البويرة، ص 11.

²- علا زكي داود القاق، مرجع سابق، ص 18.

خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى الإشكالية التي تعتبر الركيزة الأساسية للبحث العلمي بمختلف أنواعه، محاولين تقديم نظرة عامة حول موضوع الدراسة انطلاقاً من التساؤلات المطروحة، كما تم تحديد فرضيات الدراسة كإجابة مؤقتة لتساؤلات البحث، ثم التطرق لكل من الأسباب الموضوعية والذاتية لاختيار الموضوع، أهداف وأهمية الدراسة، كما تم تحديد مفاهيم الدراسة ثم التطرق للدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع المحلية والعربية، بالإضافة إلى النظرية البنائية الوظيفية كنموذج إرشادي للدراسة.

والهدف الأساسي من هذا الفصل هو التعمق في المشكلة بحيث تصبح قابلة للدراسة والبحث ويكون هذا الإطار العام للدراسة بمثابة الدليل الذي يرشدنا حتى نهاية البحث.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

تمهيد:

إن دراسة العلاقات العامة من أهم الدراسات فهي بدورها نشاط يسمح بتحقيق أعمال وإنجازات إيجابية للأفراد والجماعات عن طريق التعايش والتفاهم فيما بينها ومع من حولهم، كما أنها ذات أهمية بارزة لا يمكن الاستغناء عنها في الكثير من المنشآت والمؤسسات والهيئات على اختلاف أنشطتها وحجمها.

وعلى الرغم من الأهمية البالغة التي تتمتع بها العلاقات العامة إلى أنها تحتاج التوضيحات أكثر، وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذا الفصل من عرض تاريخ النشأة وبداية تطورها، بالإضافة إلى الكشف على وظائفها ومبادئها وخصائصها وأهدافها وأهميتها، بالإضافة للوسائل الاتصالية الخاصة بها والأسس التي تقوم عليها قدرة رجل العلاقات العامة والغاية المرجوة من هذا الفصل هي ازالة الغموض للدارسين والمهتمين.

2-1 نشأة العلاقات العامة :

إن العلاقات العامة قديمة قدم الإنسان تطورت بتطور الحضارات، فالإنسان بطبيعته كائن اجتماعي لا يمكنه أن يعيش بمعزل عن الآخرين، وبالتالي قد نشأت العلاقات العامة بين الأفراد في المجتمع نتيجة لتفاعلهم مع بعضهم البعض بعض النظر عن المنطقة الجغرافية التي كانوا ينتمون إليها، اللغة التي كانوا يتكلمون، بها الديانة التي كانوا يتتبعونها، أو نظام الحكم الذي كانوا يخضعون له ،حيث نجد صور وأشكال العلاقات العامة في مختلف الحقب التاريخية إذ أنها لازمت الحضارات منذ نشأتها¹.

وبالرغم مما سبق فإن البعض يعتقد بأن العلاقات العامة ليست قديمة العهد ولا ترجع جذورها للماضي القديم بل ولدت حديثا مع مطلع القرن الماضي، ومع أن مصطلح العلاقات العامة هو من المصطلحات الحديثة جدا ويختلف الباحثون في تحديد تاريخ ظهورها لأول مرة، فإن الاعتراف بقوة الرأي العام والسعي لكسبه يمتد إلى عصور ما بعد التاريخ فالمحاولات للتفاهم مع الآخرين والتأثير في آرائهم قديمة قدم البشرية نفسها،ولكن الاختلاف هو في الوسائل المستخدمة وسعة النشاط في الزمن الحاضر عنه في الأزمنة القديمة².

وفيما يلي سنستعرض أشكال العلاقات العامة التي مارسها الإنسان عبر مختلف الفترات التاريخية:

• العلاقات العامة في العصور القديمة: أ- البدائية:

أول هذه العلاقات التي كونها الإنسان كانت مع أسرته التي ولد فيها ثم اتسعت هذه الوحدة الاجتماعية التي صارت عشيرة تتكون من عدد من الأسر ينتسب أفرادها إلى اصل واحد، ولقد كانت القبائل في المجتمعات البدائية تحاول دائما أن تتماسك وتتعاون عن طريق التفاهم المشترك، وتهتم بإقامة علاقات بينها وبين القبائل الأخرى³.

ومن هنا فإن العلاقات العامة هي قديمة منذ أن ولد الإنسان على ظهر هذا الكوكب،فالإنسان كائن اجتماعي لا يمكن عزله عن الآخرين، فقد نشأت بين أفراد المجتمع علاقات مختلفة نتيجة التفاعل،وإذا كانت العلاقات العامة تهتم بعلاقات المؤسسة مع جماهيرها فإنه من البديهي أن الحاجة ستكون قد ظهرت منذ أن بدأت المؤسسات تتشكل سواء منها السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، ولكن بروز الحاجة للعلاقات العامة لا يعني بالضرورة استخدامها بالشكل الذي تمارس في هذا الوقت أو الوقت الحاضر، ومع أن هناك

¹ - باشوشي كنزة،محاضرة في مقياس إدارة العلاقات العامة، 2021-2022،قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3.

² - بسام عبد الرحمان الجريدة،مرجع سابق، ص 40.

³ - حسن عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 170.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

ممارسات شبيهة بما تقوم به العلاقات العامة اليوم في الحضارات القديمة والعصور التالية، إلا أن واقع الحال هو أن العلاقات العامة لم تعرف بشكلها ونشاطها المعاصر إلا مع بداية القرن العشرين¹.

بدأت العلاقات العامة في نشاط رؤساء القبائل أولاً، حيث كان رئيس القبيلة يتولى عمليات الإعلام بين أعضاء قبيلته فيدعو إلى الخروج لعمليات الصيد والدفاع والقتال وأحفلات الزواج وحفلات تكريس المراهقين، ويحرص رئيس القبيلة في كافة المناسبات على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة ويفصل في منازعاتهم حتى يسود السلام بين قبيلته والقبائل المجاورة، ويفصل في شعبين رئيس القبيلة برجل قوي الحجة وإلى السحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية من إنسان وتوقيع ورقص وقرع الطبول وغير ذلك².

وأيضاً كان رئيس القبيلة يجتمع بأفراد قبيلته لتداول في الشؤون العامة التي تخص القبيلة ليتمكن على ضوء ذلك من اتخاذ القرارات المناسبة في إدارة تلك الشؤون، ومن الواضح كذلك أن الاختلاف الأساسي لتلك النشاطات التي يمكن اعتبارها النواة الأولى للعلاقات العامة عن ممارسة نشاطات اليوم وهو اتجاهها آنذاك إلى غرائز الفرد وآثاره وانفعالاته كأسلوب التأثير عليه، بينما تخاطب العلاقات الحديثة عقل الفرد ووعيه، كما أن التعرف على اتجاهات الرأي العام كان يستند على الإحساس الفطري والتقدير الشخصي دون الأسس العلمية المستخدمة اليوم³.

ب- العلاقات العامة في الحضارات القديمة:

1- العلاقات العامة في الحضارة الفرعونية:

لقد اهتم قدماء المصريين بالسيطرة على أفكاره الجمهور وتحريك مشاعرهم واتباعوا في ذلك شتى الأساليب منها ادعاء فرعون الإلهية وتقديس الكهنة وتشبيد المعابد الفخمة والقبور الشاهقة على شكل الأهرامات، كل ذلك من أجل إظهار هيبة الحكام وعظمتهم للتأثير على عقول الناس وأفكارهم، وما الثروة الهائلة من الآثار الفرعونية في مصر إلا شاهداً على ذلك، وكان الفرعنة ينشطون في ممارسة الإعلام خاصة في فترات الحروب لتعبئة المعنويات اللازمة لإحراز النصر، كما كانت النقوش على الحجارة والمعابد تشيد بالانتصارات الحربية للحكام وانجازاتهم المختلفة، أما في أوقات السلم فكان الإعلام ينشط للأغراض

¹ - بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 41.

² - حسن عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 170.

³ - بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 42-43.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

الدينية والاجتماعية فقد استخدمت أوراق البردي في النشرات التي كان يصدرها فرعون وأمراءه لمحاربة أشياء، والإشارة بأفكار أخرى يريد الحكام نشرها بين الناس¹.

2- العلاقات العامة في حضارة بلاد الرافدين:

كان الملوك في حضارة بابل يهتمون اهتماما كبيرا للتأثير في عواطف الناس خاصة في أوقات أهم الأحداث العامة، كما واكتشفت الدراسات التاريخية إلى أن الآشوريين هم أول من ابتدع النشرات المصورة، فقد كانوا يرقمون انتصاراتهم وبجانب الرقم يصورون بالألوان صور الأسرى من ملوك وأمراء يعرضونها في قصور ساحاتهم العامة وشوارعهم الكبرى، وكذلك وجدت في خزنة الإمبراطور الإلكتروني بايتبال في مدينة نينوي سجلات منسقة ومفصلة بحسب تواريخها وحوادثها وخاصة ماله من علاقات بحروب الملوك وفتوحاتهم².

3- العلاقات العامة في الحضارة اليونانية:

توضح تسجيلات اليونان القدامى اهتمامهم الكبير لنفوذ الرأي العام وكانت العلاقات العامة جزء متكامل من أعمال الحكومة وأكثر اتصالا بال جماهير من العلاقات العامة في الحضارات الشرقية القديمة في مصر وبابل وآشور، كانت الأضواء تسلط على أعمال الملوك والأفراد والكهنة والحكام أما عند اليونان فقد بدأت الأضواء تسلط على بعض القادة وأعضاء مجالس الشيوخ والشعراء والفنانين وغيرهم، وقد عرف اليونان أهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الجماهير، وكان اليونان يسمحون للشعب بأن يوضح آراءه وأفكاره للمسؤولين وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم³.

4- العلاقات العامة في الحضارة الرومانية:

شهدت العلاقات العامة في الحضارة الرومانية قفزة نوعية جزاء النظام الديمقراطي الذي ساهم كثيرا في تطور العلاقات العامة، فكتب على واجهة مجلس الشيوخ الروماني عبارة (مجلس الشيوخ والشعب الروماني)، وحين سيطر الدين المسيحي على السلطة كتب على واجهة المجلس (صوت الشعب من صوت الله)⁴.

¹ مريهان منصور أبو سنة، محاضرة بعنوان العلاقات العامة والإعلان، د. س، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.

² بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 45.

³ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 174.

⁴ بوعون أحمد، مطبوعة الدعم البيداغوجي، مقياس العلاقات العامة، سنة 2018-2019، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الأمين دباغين، سطيف 2-الجزائر.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

• العلاقات العامة في العصور الوسطى:

في العصور الوسطى شهدت أوروبا انتكاسة وتدهورا كبيرا في العلاقات العامة حيث خضع الفلاحون في نظام الإقطاع إلى معاملة غير إنسانية، وتحولت الطوائف الصناعية والتجارية التي تنظم العلاقات العامة بالعمال والصناع من جهة، والجمهور العام من جهة أخرى إلى احتكارات تشغل العمال والمستهلكين، وهو ما يمكن معه القول بأن العلاقات العامة في مجتمعات العصور الوسطى الأوروبية كانت تعاني من التدهور والفساد، فكانت المجتمعات الغربية تحت سيطرة الكنيسة¹. التي كانت تصدر حرية الفكر وتضطهد كل مجدد تتسول له نفسه البحث أو الدراسة وهكذا رانت ظلمات الجهل والتعسف والاضطهاد، وكان البابا يصدر من وقت لآخر قوائم متصلة بالكتب التي ينبغي على المسيحي أن يقرأها دون غيرها وقوائم التي تعرض القارئ للكفر حيث حددت الكنيسة عقوبة من تثبت عليه تهمة قراءة الكتب الممنوعة فكانت الحرمان وتلك عقوبة قاسية تجعل صاحبها موضوع احتقار الجميع إذ انه يعتبر عدوا للجماعة المسيحية ويحظر دفنه في مقابرهم بعد موته².

• العلاقات العامة في الفكر الإسلامي:

طورت الحضارة الإسلامية مفهوم العلاقات العامة والأساليب والوسائل التي تستخدم فيها بل أنها قدمت الأساس الذي يمكن أن تستند عليه العلاقات العامة، واعتنا الإسلام بكرامة الإنسان وأفكاره ورغباته، وبذلك فإن الدعوة الإسلامية اعتمدت على البرهان والحجة والدلائل ولم يعتمد على الفروض أو الضغط، كما استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة أيضا بفضل الشعراء والكتاب إذ كانوا يحثون على الجهاد في سبيل الله، ويقوم الخطباء في المساجد بدور خطير في العلاقات العامة قديما وحديثا إذ عادة ما يصاحب الإرشاد الديني توجيه اجتماعي وسياسي، وقد كان الفاطميون والشيعة من أشد الناس اتفاقا لفنون الدعوة لمذهبهم وابتدع الفاطميون إقامة الموالد والحفلات للدعوة لحكمهم، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية³.

وقد لعب الشعر دورا إعلاميا في حيث تعتبر الأشعار السجل الذي دونوا فيه تاريخهم وما دارفيه من أحداث ما كان موجودا في مجتمع من عادات وتقاليده، وكان للشاعر وظائف إعلامية واضحة فهو الذي يثير الحماس في نفوس المقاتلين ويدفعهم إلى الاستبسال في الحرب. ومن هنا فقد أسهم الإسلام مساهمة كبيرة في

¹ - بورحلة سليمان، مرجع سابق.

² - حسين عبد الحميد احمد رشوان، مرجع سابق، ص 176.

³ - كحيط إيمان، محاضرات في مقياس إدارة العلاقات العامة، 2021/2020، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة..

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

تطوير المجتمعات ونشر الأفكار التنويرية التي تخرج الإنسان من الظلمات إلى النور بما حمله من مشاعل الحرية والتحرر والحياة الكريمة للإنسان¹.

كما أولى الإسلام أهمية كبيرة لعنصر مهم جدا وهو الرأي العام وكشف عن مقوماته وللاشارة فالاتصال في الإسلام عناصره كالآتي²:

- الأهداف التي يجب تحقيقها.
- الجماهير المعنية بالاتصال بعد دراسة خصائصهم وسماتهم.
- الرسالة الإعلامية التي لها أسس ومواصفات في صياغتها النهائية.
- القائم بالاتصال يجب أن تكون له خصائص وسمات معينة من وجهة النظر الإسلامية، أما ممارسة الاتصال في الحضارة الإسلامية فكانت له ضوابطه والتزاماته الأخلاقية، والتي تنص على احترام الجمهور وإمداده بالمعلومات الصحيحة، والتزام الصدق والصراحة والدقة في تقصي واستقاء المعلومات ونشرها وتجنب المكر والخداع والغش.

كما نجد أيضا أن القرآن الكريم له أكبر أثر إعلامي من حيث فصاحة الكلمة والبلاغة والتعبير وقوة التأثير، فقد بلغ القرآن الكريم من عمق التأثير واتساعه ما لم تبلغه أي وسيلة إعلامية عرفها البشر، فقد جمع ما بين البشر على اختلاف أجناسهم ولغاتهم وحضاراتهم، وما زالت معجزة القرآن الكريم الخالدة أسمى الطرق للرفع الروح المعنوية بين الناس في أيام السلم، كما لعب الخطاب الديني دورا مهما في العلاقات العامة حيث كان وما زال الخطباء يمارسون هذه المهارة وهذا الفن في توصيل المعلومات من أجل استمالتهم وإقناعهم³.

• العلاقات العامة في العصور الحديثة:

بالرغم من أن جذور العلاقات العامة تمتد بعيد في الماضي إلا أنه من الممكن القول أن العلاقات العامة الحديثة نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين، ولكن هذا لا يعني بالطبع إنها ولدت بين عشية وضحاها وإنما كان هناك أنواع من النشاطات التي سبقتها ومهدت لها أهمها وكالات المؤسسة لشؤون الصحافة والنشاط الاتصالي المرافق للحملات الانتخابية وحملات جمع التبرعات وغيرها، ولكن المصدر الذي كان له النصيب الأكبر في مولد العلاقات العامة هي المؤسسات الصناعية والتجارية⁴. من خلال تلك الحقبة ارتفع عدد الجمهور لهذه المؤسسات والشركات وممارستها وبدأت وسائل الإعلام وخاصة الصحافة الورقية في الكشف عن توحش الرأسمالية الاحتكارية مع زبائنها، مما أدى إلى ردادات فعل

¹- بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 49-50.

²- كحيط ايمان، مرجع سابق.

³- بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 50.

⁴- مريهان منصور أبومنة، محاضرات في العلاقات العامة والإعلام، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية جامعة المنوفية.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

شعبية تجاه هذه السياسات المتوحشة، مما اضطر أصحاب الشركات إلى توظيف وسائل الاتصال والإعلام للحد من الهجوم الشعبي واحتوائه قبل أن يتفاقم. وقد قامت عدد من الصحف والمجلات الواسعة بنشر مقالات متتابعة في مهاجمة أصحاب العمل الاحتكاريين وأساليبهم في استغلال عمالهم وحمله أسهم شركاتهم وسرقة المستهلك وتأثيرهم على رجال السياسة بشتى الوسائل المشينة¹.

ومن جهة أخرى وبالرغم من البدايات الناجحة للعلاقات العامة فإنها لم تلقى الاهتمام الكافي حتى إنفجرت الأزمة المالية عام 1929 والسنوات التي أعقبها، فقد صاحب الأزمة إغلاق المصانع ووجود الملايين من العاطلين عن العمل، مما تتطلب تدخل الدولة على نطاق واسع لم يألفه الشعب الأمريكي والقيام بإجراءات اجتماعية واقتصادية واسعة، فعادت العلاقات العامة ثانية لتلعب دورا فعالا في إقناع الجمهوري للمتغيرات وإقناعه بضرورة الإجراءات التي اتخذت لمعالجة الأزمة².

وفي بداية القرن العشرين ظهر شاب أمريكي هو Vyaloe وكان أحد رواد العلاقات العامة فهو أوضح أسسها ودعائمها حيث لاحظ أن لشركات المساهمة والأعمال التجارية والصناعية كانت تميل إلى الانطواء والعزلة في ذلك الوقت. قد نادى لي بضرورة معاملة المستخدمين والعمال معاملة إنسانية ومنحهم الأجور المجزية، بذلك تتحقق للمؤسسة جانب هام من جوانب علاقتها الداخلية مع العاملين بها، وكذلك ينبغي أن تعمل على رعاية مصالح الجماهير الخارجية. وقد أتى لي بشيء جديد إلى عالم التجارة والصناعة إلا وهو الإعلام والنشر³.

ومن هنا يمكننا القول أن الولايات المتحدة الأمريكية كانت سابقة ف مجال العلاقات العامة سواء بالنسبة إلى عدد المتخصصين في هذا المجال، أو نوع العمل الذي يؤدي، فمنع الزيادة الضخمة في عدد السكان ظهرت الحاجة إلى تنمية وسائل الاتصال، خاصة بالنسبة لرجال الصناعة وانتشرت الدعاية والإعلام واستخدمت الشركات الكبرى متخصصين برعوا في إنتاج الإعلانات وفن الاتصال بالجماهير⁴.

¹ - بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 51-52.

² - بسام عبد الرحمان الجريدة، مرجع سابق، ص 55.

³ - حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 184.

⁴ - المرجع نفسه، ص 173.

2-2 وظائف العلاقات العامة:

✓ أولاً: البحث

يتضمن دراسة الجمهور والمؤسسة والإمام بكل المتغيرات المتعلقة بهم، ودراسة المشكلات الظاهرة والكامنة ووضع الحلول لها. أيضا دراسة الجماهير النوعية للمؤسسة ووضع أفضل الاستراتيجيات لكسب تأييدها¹. والمقصود بالجماهير النوعية هم مجموعة من الأفراد التي تجمعهم صلات خاصة ومصالح مشتركة سواء كانت من الناحية العمرية أو المهنية.

تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاه الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة، وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها، كما تشمل الأبحاث كذلك المبادئ الفنية للعلاقات العامة وتحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة والسينما وتحديد أي الوسائل الإعلامية أكثر فعالية².

✓ ثانياً: التخطيط

يعد التخطيط من العمليات المهمة التي تخضع إليها أي إدارة أو مؤسسة، وأن أي هدف للعلاقات العامة لا يمكن أن يتحقق إلا بالاعتماد على تخطيط ناجح. فالتخطيط الجيد والمنظم يكون بمثابة الجدار الواقي للمؤسسات أو المنظمات من المتغيرات الممكن حدوثها على المدى القريب أو البعيد ومساعدتها على التأقلم معها .

بالرغم من اختلاف العديد من عملاء الإدارة حول عدد الوظائف الإدارية إلا أن وظيفة التخطيط هي الوحيدة التي يتفق عليها هؤلاء العلماء، فهذه الأخيرة تعد الوظيفة ذات الأهمية الأعظم بين وظائف الإدارة المختلفة³.

ويحقق التخطيط الجيد للعلاقات العامة المزايا التالية⁴:

- الابتعاد عن عشوائية الأداء.
- التحديد الدقيق للموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطة وحسن استخدامها وتوجيهها.

¹- شذوان علي شبيبة، مرجع سابق، ص 50.

²- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 149.

³- حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة-مصر، سنة 2007، ص 49.

⁴- المرجع نفسه، ص 52-53.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

- يؤدي تخطيط أنشطة العلاقات العامة إلى إمكانية التنبؤ بالمشكلات والمتغيرات البيئية التي يتوقع حدوثها.

- يسهل التخطيط مهمة مدير العلاقات العامة في اتخاذ القرارات والتوجيه والرقابة والتقييم والتقويم.

✓ ثالثاً: الاتصال

مما لا شك فيه أن الاتصال يساهم بشكل كبير في اتخاذ القرارات الإدارية وتحقيق النجاح والنمو والتطور للمؤسسة وتحقيق أهدافها المسطرة، كما أن له دور فعال وأساسي في دعم العلاقات بين الإدارة والعاملين داخل المؤسسة بجميع أنواعها، وتحقيق الثقة بين زملاء العمل وجعلهم يشعرون بالتقدير أكثر، وذلك بسبب قدرتهم على تقديم أفكارهم بكل أريحية وبدون تردد أو خجل بالإضافة لتعزيز ارتباطهم بالمؤسسة وولائهم لها.

يتمثل الاتصال في نقل الآراء والأفكار والمعلومات وتبادلها بين طرفين أو أكثر، وذلك بهدف التأثير والإقناع أو الإعلام أو الإيحاء باتخاذ مواقف معينة، ولابد أن تتوفر ثلاثة عناصر رئيسية في عملية الاتصال هي المرسل، الرسالة، والمستقبل، ولابد أن تتوفر لدى القائم بالاتصال المعلومات الكافية والمقدرة علي استخدام الكلمات والرموز أو الشعارات ولابد أن تكون الرسالة على مقدرة المستقبل وأن يختار القائم بالاتصال الوسيلة المناسبة¹.

تسعى كل مؤسسة كل من خلال تشجيعها لعملية الاتصال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نذكرها فيمايلي:

1- أهداف الاتصال المتعلقة بالبيئة الداخلية للمؤسسة:

مساهمته في تسهيل تدفق المعلومات في الهيكل الإداري للمؤسسة بهدف انجاز المهام والوظائف المستهدفة في الوقت المناسب وبالذقة المطلوبة، ويكون ذلك عن طريق تزويد عاملين المؤسسة ب المعلومات المهمة والأساسية للقيام بأعمالهم على أكمل وجه، حسب الخطة والأهداف المسطرة للمؤسسة. كما أنه عملية تحفز الأفراد العاملين على بذل جهودات كافية لإتقان المهنة من خلال إحساسهم بالمسؤولية وجدية العمل.

2- أهداف الاتصال المتعلقة بالبيئة الخارجية للمؤسسة:

يسعى الاتصال إلى²:

- بناء استراتيجية متينة ودائمة للمؤسسة من خلال التقرب أكثر من الجمهور.

¹ يحي محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الإسلامي، مكتبة القرآن للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، ب.س.ن، ص 21.

² - شرقي خيرة، دور الاتصال في تحفيز وتنمية المورد البشري، جامعة المدينة.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

- السهر على حماية وتحسين صورة المؤسسة وكذا تطويرها وذلك عن طريق الاتصال.
- رد الاعتبار للصورة المشوهة عن المؤسسة.

✓ رابعاً: التنسيق

تقوم إدارة العلاقات العامة بالتنسيق بين أقسامها وبين الإدارات الأخرى وذلك فيما يختص بالأنشطة التي تقوم بها وترتبط بهذه الإدارات، بحيث تؤدي في النهاية إلى فعالية القيام بالنشاط¹. وتتمثل وظيفة التنسيق في²:

- ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة.
- تنسيق فعاليات المتابعة ومراقبة برامج العلاقات العامة في إطار مراقبة البرامج الأخرى في المنظمة ومتابعتها.
- برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى في المنظمة بما يمنع التداخل أو الازدواجية وكذلك التعارض والتقاطع بينها.

✓ خامساً: التقييم:

ويقصد بالتقييم قياس النتائج الفعلية لتطبيق برامج العلاقات العامة وتحديد أوجه التقصير، وبالتالي اتخاذ الإجراءات لتصحيح أوجه الخلل ولضمان فعالية تنفيذ البرامج وتحقيق الأهداف المنشودة³.

2-3 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 باستخدام الطرق العلمية كالتجريب والقياس⁴. وتتمثل المبادئ التي تعتمد عليها العلاقات العامة فيما يلي:

¹- محمد فريد الصحن، مرجع سابق، ص 64.

²- يسرا حسني، مرجع سابق، ص 26-27.

³- عبد الله احمد عقيلان، إدارة العلاقات العامة دار المعترف للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن سنة 2010 ص 42

⁴- د. منال محمد الراحل، مرجع سابق، ص 37.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

1. احترام الرأي العام وكسب ثقة الجماهير، إذ تقوم العلاقات العامة على احترام رأي الفرد وحقه في التعبير عن ذلك الرأي، كما تسعى إلى توفير الشروط الملائمة لعرض الآراء وتوفير المناخ الحر الذي يمثل البيئة المثلى للرأي العام¹.
2. الديمومة والاستمرارية: إن اكتشاف ثقة الجماهير (الداخلية والخارجية) لن تتحقق إلا عن طريق العمل المستمر والدؤوب العلاقات العامة وفي كافة الأوقات دون انقطاع من أجل الحفاظ على صلة التواصل لتبادل الآراء والمعلومات والسعي لتحقيق ما يطلبه الجمهور².
3. الالتزام بالمبادئ الأخلاقية: من أهم أهداف نشاط العلاقات العامة دعم شخصية المؤسسة وذلك عن طريق تثبيت صفات إنسانية بها في أذهان الجمهور، كذلك تقوم فلسفة العلاقات العامة بالمؤسسة على الالتزام بالمبادئ الأخلاقية مثل المصداقية والنزاهة والأمانة والموضوعية، فالعلاقات العامة في المقام الأول سلوك إعلامي أخلاقي³.
4. تكون ذات خدمة اجتماعية: حرصها على مراعاة المصالح العامة وخدمة المجتمع ككل دون اللجوء إلى التمييز.
5. 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 المسؤولية والالتزامات الاجتماعية الملقاة على عاتق جهاز العلاقات العامة بها نحو مصالح الجماهير المختلفة المتصلة بها⁴.
6. التغذية الراجعة: إن تحقيق أهداف المنظمة يعتمد على كفاءة الاتصال بما في ذلك الحملات الإعلامية وهذا يتطلب ضرورة مراجعة هذه العمليات للتأكيد على تحقيق الأهداف ومعرفة المعوقات والعمل على تجنبها، ويكون ذلك بإعادة تنظيم هذه الحملات أو استخدام وسائل اتصال جديدة.
7. الابتعاد عن التكتم واتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور: لقد كان التمسك بالسرية وكنم المعلومات هو أسلوب الإدارة التقليدية في القرن الماضي، أما الإدارة الحديثة فإنها تعتبر المؤسسة كالبنت المصنوع من زجاج الذي يكشف عما بداخله لكل ناظر، فالمؤسسة العصرية تعمل في النور ولا تخفي أي معلومة

¹- د. شذوان علي شيبية، مرجع سابق، ص 59.

²- أنعام حسن أيوب وآخرون، مرجع سابق، ص 39.

³- شذوان علي شيبية، مرجع السابق، ص 60.

⁴- بن زواد شهرزاد، واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص 25.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

عن نشاطها إلا الأسرار المتعلقة بالإنتاج وهذا لم يعد من السهل الاحتفاظ بها سرا، والصراحة بحد ذاته بدلا على الثقة في المؤسسة بينما يدعوا التكتم إلى إثارة الريبة والشك من حول المؤسسة¹.

2-4 خصائص العلاقات العامة

تتسم العلاقات العامة بمجموعة من الخصائص والتي يمكن حصرها في النقاط الآتية²:

- تقوم باستخدام كافة وسائل وطريق الاتصال لتحقيق الأهداف فهي عملية اتصال دائم بين المؤسسة والجمهور.
- تتسم بالقصدية، فهي نشاط مرسوم ومخطط من اجل إحداث تأثير في وقت معين وبأسلوب مختار.
- تعد همزة وصل بين فلسفة المؤسسة أو المشروع والجمهور لجعل الجمهور يتفهم نشاط المؤسسة.
- تسعى لتحقيق الرضا العام وتحاول انتزاع موافقته ورضا الجمهور وإيصال السمعة الحسنة عن المؤسسة.
- تركز على التخطيط الذي يقوم على طريق البحث العلمي والملاحظة العلمية أي أنها ليست عملا أو نشاطا عشوائيا.
- تتصف بالشمولية والوضوح وترتكز على مبادئ أخلاقية لمحاولة بناء الثقة بين الجمهور والمؤسسة.
- تعتمد في نشاطها على الصدق والحقيقة والأمانة من خلال الاتصال والفهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها، وذلك من خلال عملها لشرح وتفسير سياسات وخطط وأهداف المؤسسة لجمهور المؤسسة، ونقل آراء وآمال ذلك الجمهور لإدارة بكل أمانة وصدق³.

كما يمكننا أيضا إدراج خصائص العلاقات العامة فيما يلي⁴:

- العلاقات العامة وظيفة (استشارية، تنفيذية) استشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كيفية التفاعل مع الجماهير، تنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.
- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل، حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير المعنية من خلال استعمال كافة الوسائل والأساليب الاتصالية المتاحة للمنظمة.

¹- محاضرة في العلاقات العامة والإعلان ل د مريهان منصور أبوسنة، العلاقات العامة، ب-م، ب-س-ج، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، ب-ب.

²- موضوع، خصائص العلاقات العامة، هائل الجازي 3 جويلية 2017 <https://mawdo3.com> 40: 07

³عبد الناصر أحمد جرادات، مرجع سابق ص32.

⁴- عبد الله أحمد عقيلان، مرجع سابق، ص35.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

- من خلال الخصائص المقدمة يمكننا القول أن العلاقات العامة تتميز بزرع الثقة بين المؤسسة و جماهيرها بجميع أنواعها، وموجهة لجميع فئات العاملين دون التمييز بينهما، كما أنها تركز على عملية الاتصال المستمر بين الطرفين وتضع مصالح الجمهور في المقدمة.

2-5 أهداف العلاقات العامة :

مما لا ريب أن لكل منظمة أهداف تطمح إلى تحقيقها كما أن هذه الأهداف من الواجب أن تتسم بالواقعية والوضوح فبدورها فمن النتائج النهائية المرغوب في الوصول إليها:

إلا أن التطورات الإنسانية المختلفة والبحوث والدراسات الحديثة أصبحت تعيد وتطور في هذا الهدف ليتمثل في تحقيق الفعالية والإدارية، وهي التي تستهدف بالإضافة إلى التركيز على شروط الكفاءة التركيز على بعض الشروط الأخرى، ومن أبرزها تحقيق أكبر قدر ممكن من التجانس أو الترابط أو التواحد بين أهداف منظمة معينة وأهداف العاملين في اطارها، وأهداف المجتمع والبيئة التي تحيط بها، وهذا ما يفترض في إدارة العلاقات العامة أن تراعيه، وأن نحرص على تحقيق ذلك¹، وهذه الأهداف تتمثل في أهداف طويلة المدى قصيرة المدى وتتلخص في:

أ- أهداف طويلة الأمد:

وهو كما أسلفنا بناء صورة حسنة للمؤسسة، والعمل على صيانتها وتصحيح المفاهيم الخاطئة لدى الجمهور، وتحقيق دعم للانطباعات الجديدة عنها².

ب- أهداف قصيرة المدى:

1- دراسة احتياجات العاملين ومطالبهم ومقومات نظام الأفراد والجماعات والعمل على تلبيتها وتحقيقها³.

2- تسويق المؤسسة على أوسع نطاق والسعي لأن تكون ضمن صفوف المؤسسات المتشابهة⁴.

¹- عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، د ط، عمان، الأردن، 2014، ص 31.

²- أ.حسن محمود هشيمي، مرجع سابق، ص 20.

³- عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، مرجع السابق، ص 32.

⁴- أ.حسن محمود هشيمي، مرجع سابق، ص 21.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

- 3- تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم والتبادل والتوافق والانسجام بين المنظمة والجماهير سواء كان هذا الجمهور داخليا أو خارجيا¹.
- 4- ربط الجهات الخارجية مع المنظمة المعينة وذلك عن طريق القيام بتنظيم حملات دعائية وبرامج توعوية وترويج معلومات وبيانات بصورة واعية².
- 5- تهدف العلاقات العامة إلى تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والقومية لدى المواطنين، ومساعدتهم على تحمل المسؤولية في رسم السياسة العامة للمنظمة وحل مشاكلها³.
- 6- المساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المنظمة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها (من خلال وضع برامج للعلاقات العامة بهدف تحسين العلاقات مع الجمهور الداخلي).
- 7- نصح وارشاد الإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة ووضع سياسة سليمة⁴.

ومن هنا نلخص أن الغاية الرئيسية والهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور اتجاه المؤسسة، وهو ما يضمن خلق بيئة إيجابية تعمل على بناء نوع من العلاقات المشتركة والفاعلة التي تحقق المصلحة المرجوة لكل من طرفي هذه العلاقة وهي المؤسسة والجمهور.

2-6 أهمية العلاقات العامة

تظهر أهمية العلاقات العامة في أنها تؤدي وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياساتهم، ويحسبوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات ومن حقهم أيضا أن يردوا على النقد ويبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام¹.

¹- د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 104.

²- أ.حسن محمود هشيمي، مرجع السابق، ص 33.

³- د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع السابق، ص 105.

⁴-يرنأ ساجد عيد اللطيف وآخرون، مشكلات العلاقات العامة في المشافي الخاصة الفلسطينية، أطروحة في مجال العلاقات العامة والاتصال، قسم ع.ع والاتصال، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، جامعة نجاج الوطنية، فلسطين، ص 15.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

ويؤكد كل من سيمون وطومسون هذه الحقيقة بقولهم أن الإدارات الحكومية يجب أن تقوم بنشاط إخباري واسع، تحاول بواسطته تعليم الجمهور عن نشاطها وهذا يأتي عن طريق إشباع كمية ضخمة من المعلومات التي تحصل عليها نتيجة الأبحاث وعليها أيضا أن تخبر الجمهور بشكل مستمر بالأنشطة والخدمات التي تقوم بها، وتلفت نظرة إلى واجبه اتجاه النشاط الذي تقوم به هذه الإدارات².

وبالتالي يمكننا القول أن العلاقات العامة تؤدي وظيفة إخبارية، وذلك من خلال مشاركة الإداريين جماهير المؤسسة أهم القرارات المتعلقة بالمؤسسة كونهم جزء لا يتجزأ منها.

كما يمكننا إدراج أهمية العلاقات العامة في النقاط التالية:

- بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها وذلك لدعم بقائها واستمراريتها وتأكيد هويتها³.
- تساعد العلاقات العامة من خلال الاهتمام بالجمهور الداخلي، في تحسين ظروف العمل والتعامل مع العامل كإنسان له حاجاته المادية والصحية والثقافية والترفيهية والاجتماعية والنفسية، ومن هنا يمكننا الوصول إلى التفاهم المتبادل وإكثار فرص نجاح المؤسسة وتأمين الولاء لها من العاملين فيها لأهدافها وخططها وبرامجها⁴.
- إدارة الجانب الإعلامي للمؤسسة: تنظيم البيانات الصحفية والنشرات الإخبارية والمقابلات ونشر الأحداث بشكل مستمر عبر وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها⁵.

ومن جانب آخر إن للعلاقات العامة أهمية لما تقوم به في تخفيض معاناة الجماهير في بعض المؤسسات، من خلال تقليل حدة السلبيات والأمراض الإدارية من جهة، وتحسين صلة الجمهور بالمؤسسة وتدعيم ثقته بها من جهة أخرى، وبشكل عام فإن العلاقات العامة تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة أقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها، كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه⁶.

2-7 وسائل الاتصال كأداة للعلاقات العامة:

¹- مريهان منصور أبو سنة، مرجع سابق.

²- عبد الناصر أحمد جرادات، مرجع سابق، ص 47.

³- يسرا حسني، مرجع سابق، ص 20.

⁴- بوجلال صالح الدين، محاضرة بعنوان أهمية وأهداف العلاقات العامة، مقياس العلاقات العامة في الإدارة، تخصص إدارة عامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين، دباغين - سطيف.

⁵- حلوها، أهمية العلاقات العامة في المؤسسة وأهدافها، سامي بلال، 30 مارس 2021، <https://w.w.w.helloha.com>.

⁶- أحمد عبد الناصر، أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، ص 49.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

إن وسائل الإعلام هي من أهم الوسائل التي يتعامل معها أخصائيو العلاقات العامة، وخاصة إذا كان أخصائي العلاقات العامة يرغب في الوصول إلى الجماهير، ولذا فإن التعامل مع وسائل الإعلام يحتاج إلى فهم لأساليبها وفهم خصائص كل وسيلة منها¹.

والاتصال هي الوسيلة التي يستخدمها الانسان لتنظيم حياته واستقرارها أو تغيير حياته الاجتماعية، ولا يمكن لأي جماعة أو منظمة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها، ولهذا فإن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل².

ويصف كولي Cooley الاتصال على أنه الميكانيكية التي تنشأ عن طريقها العلاقات الإنسانية وتتمو، أو بكلمات أخرى هو جميع رموز العقل مع وسائل نقلها عبر فضاء وحفظها خلال الزمن³، ونظرا للتنوع في تقسيم وسائل الاتصال إلا أنه يمكننا تقسيمها إلى قسمين أساسيين وهما:

1- الوسائل المباشرة: كالمحاضرات والاجتماعات والاتصال الهاتفي والندوات...

2- الوسائل غير المباشرة: كالمذياع والتلفاز والصحف والكتب...⁴.

كما نأخذ نوعية الجماهير التي يتم الاتصال بها في اعتبار ونجد أن هناك وسائل تستخدم للاتصال بالجمهور الداخلي للمنظمة وهم العاملون بالمنظمة، ووسائل أخرى تستخدم للاتصال بالجماهير الخارجية للمنظمة مثل المستهلكين والمساهمين والموردين وغيرها⁵.

كما يمكننا الأخذ بالتقسيم الشائع الذي يصف هذه الوسائل من حواس الإنسان فنجد: وسائل مكتوبة، ووسائل منطوقة، ووسائل مرئية⁶، ونذكر أمثلة منها:

• الوسائل المكتوبة:

✓ البريد المباشر: إن استخدام البريد المباشر بالجمهور عن طريق البريد يوفر لأخصائي العلاقات العامة القدرة على اختيار جمهوره بدقة⁷.

¹-صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص 141.

²-د. يسرا حسني، مرجع سابق، ص 82.

³-المرجع نفسه، ص 82.

⁴-د. عبد الناصر أحمد جرادات، د. لبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، ص 119.

⁵-المرجع نفسه، ص 118.

⁶-طيار آسيا، وسائل الاتصال في العلاقات العامة بالإدارة العمومية، السنة الثالثة دكتوراه، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، ص 259.

⁷-صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص 148.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

✓ الصحف: تعتبر الصحف والدوريات أو تلك المطبوعات التي تصدر بشكل منظم ولها عنوان متميز ويشترك في الكتابة فيها عدد من الصحفيين، وتعطي صفحاتها الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية¹.

✓ الإعلانات: تستخدم العلاقات العامة الإعلان كوسيلة اتصالية يحقق الإعلان للعلاقات العامة بعض أهدافها ويرى "ريموند سيمون" Raymond simon بأن استخدام الإعلان كوسيلة اتصالية في عملية العلاقات العامة ليس لبيع منتجات المؤسسة ولكن لتحقيق فهم لهذه المؤسسة².

• الوسائل المنطوقة:

✓ الإذاعة: تعتبر الإذاعة وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة والعامة، وتلعب دورا كبيرا في التأثير على الرأي العام، وأصبح الكثيرون يطلقون عليها اسم العلاقة المسموعة، ويمكن أن يكون لها تأثير أقوى من الصحف ولذلك سميت بالصحافة الناطقة³.

✓ الندوات والاجتماعات الرسمية: تعتبر هذه الوسيلة من أهم وسائل العلاقات العامة للاتصالات وخاصة على مستوى الجمهور الداخلي للمؤسسة أو على جمهور المساهمين، وتتيح أهميتها باعتبارها تضمن الحوار والمناقشة بين المحاضر وجمهور المستمعين من جهة وبين المستمعين وبعضهم من جهة أخرى⁴.

• الوسائل المرئية:

✓ التلفزيون: للتلفزيون القدرة على نقل الصورة المتحركة والصوت واللون إلى المتلقي، إذ يقوم بدوره بمخاطبة حاسة السمع والبصر⁵.

✓ الأفلام السينمائية: لقد أصبح الفيلم السينمائي يمثل مكان الصدارة كوسيلة للتسلية والتعليم والإعلام في العصر الحديث، والعرض السينمائي الحي الذي تجتمع فيه الصورة الفنية والصوت المعبر والموسيقى التصويرية، لا بد أن تؤثر تأثيرا بالغا على الجمهور⁶.

2-8 الأسس التي تقوم قدرة رجل العلاقات العامة على الاتصال

لكي يصبح المتخصص في العلاقات العامة صالحا لأداء عمله يجب أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام، كما يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها، وأن يؤمن إيمانا

¹-بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، مذكرة كاملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، ص 46.

²- صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص 148.

³- طيار آسيا، مرجع السابق، ص 260.

⁴- بضياف عاطف، مرجع سابق، ص 50.

⁵- صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص 147.

⁶- طيار آسيا، مرجع سابق، ص 261.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

كاملا بعمله ورسالته التي يؤديها، متيقظا لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث، تتيح له طريق الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه، سواء بنقل المعلومات إليه أو برد على ما يعين عليه من أسئلة¹.

فنظرا لأهمية وظيفة العلاقات العامة فإنه لا بد أن يناط أمر إدارتها بأشخاص مؤهلين في العلاقات العامة والعلوم سلوكية والصحفية²، وذلك بعرض متطلبات الانشغال في ميدان العلاقات العامة بتقسيمها إلى قسمين:

أ- الصفات الشخصية

ب- الإعداد العلمي.

أ/ الصفات وقابليات الشخصية وهي تلك الصفات التي لا يمكن قياسها بالامتحانات بل توضع منع الشخص وقد تعمل التجارب على صقلها ولكنها لا تتمكن من خلقها³ وهي

قوة الشخصية وتوازنها- اللباقة- حب الاستطلاع- مرونة الشخصية- الخيال الخصب- الحس الفني- المظهر الحسن- الشجاعة- الديناميكية- القدرة على التحمل والمثابرة.

ب/ الإعداد العلمي: إن المستعمل في العلاقات العامة الإداري والإعلامي في نفس الوقت اختصاصه هو القيام بالاتصال باتجاهين، كما أنه يعمل في وحدة إدارية ضمن مؤسسة ويساهم في تحقيق أهدافها، لذلك فإن إعدادة الدراسي يجب أن يتضمن من المواضيع ما يساعده في إعداد وظيفته الإدارية والإعلامية بنجاح بالرغم من عدم وجود مناهج محددة للتأهيل العلمي للعمل في العلاقات العامة، فإن المتعارف عليه أن ذلك يشمل الإلمام بالمواضيع التالية⁴.

(اللغة العلمية- الكتابة- الصحافة- القدرة على الاتصال- علم الدلالة- علم النفس- علم الاجتماع- الإدارة- أصول البحث العلمي- مستوى المعرفة)، كما أنه لا بد من توفير شروط في القائمين على العلاقات العامة ومن بين هذه الشروط هي تنقسم إلى ثلاثة أقسام:

- أولاً: شروط ضرورية

وهي الدوافع الفطرية التي تعد الأساس الأول للسلوك الإنساني، وتظهر هذه الدوافع بعد الولادة مباشرة، ولا تكون نتيجة خبرة أو تعلم أو تجربة ولذلك ينبغي أن تكون شخصية مكتملة، ومن المرغوب أن

¹- د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع السابق، ص 115.

²- عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، مرجع السابق، ص 57.

³- علي فرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، دار أمجد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2017، ص 68.

⁴- المرجع نفسه، ص 68.

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة

يكون من يعمل في مجال العلاقات العامة مؤدباً، متفائلاً ويتميز بقوة غريزة الاستطلاع، وجد لاختلاط وهذه كلها صفات من الواجب توافرها في المشتغل بالعلاقات العامة¹.

- ثانياً: الشروط التعليمية

وهو يتضمن الحد الأدنى من المستوى التعليمي، وكذلك التعلم والتدريب الجامعي والذي يؤهل المتخصص في العلاقات العامة للعمل في هذا المجال، ولا شك أن التعليم الأكاديمي يساعد على نجاح رجل العلاقات العامة².

ثالثاً: الشروط المكتسبة

وتختلف هذه عن الدوافع الفطرية، في انه لا يولد الإنسان مزود بها ولكنها تكون نتيجة لحياة الفرد في بيئة معينة وتأثره بها.

وتحقق كل الشروط التعليمية والمكتسبة صفات يحتاج إليها المشتغل في العلاقات العامة وهي الإدراك، التنظيم، الحكم العادل والموصوف، تقدير المواقف والتنبؤ، مقاومة الضغوطات³.

فإذا كنا قد ذكرنا مجموعة من الصفات الشخصية والمعارف الإنسانية التي يجب توفرها في المشتغلين بالعلاقات العامة، وعرفنا مدى انطباقها على الرسول صلى الله عليه وسلم ومن اقتدى بهديه وسنته هي بعده وأوامر الله سبحانه وتعالى بها، أو حثه عليها أو الإشارة لها فإنه يمكننا تحديد أربعة أسس على الأقل تقوم عليها قدرة رجل العلاقات العامة على الاتصال وهي⁴:

- مهارات الاتصال.
- المستوى المعرفي.
- النظام الاجتماعي والثقافي -الموقف

¹- د مريهان منصور أبوسنة، مرجع سابق، ص 69.

²- د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 116.

³- المرجع نفسه، ص 116.

⁴- يحي محمد عبد المجيد، مرجع سابق، ص 80.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق له نستخلص أن العلاقات العامة تعتبر علما له أسس ومبادئ ونشاط له وظائف تتمثل في كل من : البحث، التخطيط، الاتصال، التنسيق، والتطرق لهذه العناصر أمر ضروري كي يتعرف الأفراد على العلاقات العامة ويتفهموا طبيعة عملها، كما تبرز دورها المهم في مختلف المؤسسات بأنواعها ومدى أهمية الاتصال كوسيلة للعلاقات العامة التي تسعى من خلالها لتحسين صورة المؤسسة والوصول لأهدافها المسطرة وكسب الرأي العام وثقته.

الفصل الثالث: إدارة العلاقات العامة

تمهيد:

تكتسي إدارة العلاقات العامة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات على اختلاف أحجامها وطبيعة نشاطاتها، ومن خلال هذا الفصل سوف نسعى للتعريف على أساليب إدارة العلاقات العامة والعناصر الأساسية اللازمة لإدارتها والتنظيم الداخلي للإدارة وأهمية التنظيم، بالإضافة إلى إدارة كل من الجمهورين الداخلي والخارجي للعلاقات العامة وكيفية مواجهة الأزمات في الإدارة، والهدف من هذا الفصل تسليط الأضواء على إدارة العلاقات العامة وضرورة وجودها.

3-1 أساليب إدارة العلاقات العامة:

يختلف أسلوب تنظيم العمل في إدارة العلاقات العامة من مؤسسة لأخرى بحيث يلائم كل مؤسسة نشاطها، والتنظيم الجيد لأعمال العلاقات العامة لا بد أن يتصف بالمرونة بحيث يسمح بإضافة مسؤوليات جديدة. ¹تتمثل أساليب إدارة العلاقات العامة فيما يلي:

• الأسلوب الاتصالي العام:

تتوزع مسؤوليات الأقسام في الأسلوب على أساس وسائل الاتصال الجماهيرية التي توجه رسائلها للجمهور العام، فيكون هناك قسم للصحافة يتولى صياغة البيانات الصحفية وتوزيعها، بالإضافة إلى إصدار صحيفة المؤسسة وفي بعض إدارات العلاقات العامة تخصيص قسم مستقل للتخطيط الإعلامي.²

• الأسلوب الاتصال النوعي:

في هذا الأسلوب يتم توزيع العمل على الأقسام على أساس الجماهير النوعية للمؤسسة حسب طبيعة نشاط المؤسسة وعلاقتها، ويعتمد في تقسيماته على علاقات المؤسسة بكل جمهور من جماهيرها النوعية.³

• 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.⁴

• الأسلوب المركزي واللامركزي:

قد تتبع بعض المؤسسات الأسلوب المركزي في إدارة العلاقات العامة حيث يتركز جميع العاملين بالإدارة في المقر الرئيسي وعنه تصدر الأنشطة، ومنه يتحرك بعض الأخصائيين لممارسة وظيفة في فروع المؤسسة وفقاً للخطة الموضوعية، وتلجأ بعض المؤسسات إلى الأسلوب اللامركزي بحيث يصبح لكل فرع من فروع المؤسسة إدارة العلاقات العامة الخاصة به، تمارس نشاطها من خلاله طبقاً لظروفها المتغيرة وفي حدود الإمكانيات المتاحة.⁵

¹- شدون علي شيبية، مرجع سابق، ص 191.

²- زهير عبد اللطيف، أحمد العابد أبو السعيد، إدارة العلاقات العامة وبرامجها، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2014، ص 129.

³- شدون علي شيبية، مرجع سابق، ص 193.

⁴- زهير عبد اللطيف، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سابق، ص 130.

⁵- شدون علي شيبية، مرجع سابق، ص 193.

3-2 العناصر الأساسية اللازمة لإدارة العلاقات العامة:

إن إدارة العلاقات العامة هي جزء من الهيكل التنظيمي أي أنها جزء من النسيج الإداري للمؤسسة وليست طارئة عنه، بل أن العلاقات العامة هي نشاطات جماهيرية تمثل نظاما مفتوحا تتفاعل مع بيئتها وتؤثر فيها وتتأثر بها، ثم هي إدارة لها نفس طبيعة المؤسسات ولا تختلف عنها باعتبارها جزء من نظام أكبر هو البيئة، وبالتالي فإن إدارة العلاقات العامة عندما تخطط وتنفذ أنشطتها يجب أن تنطلق من إطار القوى التي تشكل وتكون البيئة التي تمارس فيها هذا النشاط، ومن ناحية أخرى فإن البيئة المحيطة بالإدارة هي الملتقى النهائي لنتائج عمل هذه الإدارة¹.

ومن هذا المنطلق يمكننا تسليط الضوء على العناصر الأساسية اللازمة للعلاقات العامة، فهما تباينت أشكال الهيئات والمؤسسات، وكذلك الإدارات الفرعية داخلها فإن إدارة العلاقات العامة تتوافق وتتقاطع مع هذه المؤسسات في العناصر التالية:

1- العنصر البشري: عطا على ما وردناه من معلومات حول وصف العلاقات العامة بأنها ظاهرة اجتماعية تتبين أهمية الدور الفعال لأعضاء فريق العمل أو ممارسي هذا النشاط، فالحقائق والمعطيات أثبتت أن المحرك الرئيسي لديناميكية الحياة هما العقل والجهد البشري، فالعلاقات العامة تعتمد في منظومتها بشكل أساسي على هذين العنصرين في المقام الأول، ثم تستفيد بعد ذلك من الإمكانيات المتاحة التي في مقدمتها وسائل الاتصال، وتبرز أهمية العنصر البشري في العلاقات العامة لكونها تعتمد عليه في جميع مراحلها من التخطيط إلى التنفيذ الفعلي للأنشطة والبرامج، بل يتحول الأمر إلى شبه استحالة دون تدخل الإنسان بإثرائه العقلي وجهده الفعلي لإنجاز مهام العلاقات العامة وأدوارها².

2- الاستراتيجية:

تسعى شركة العلاقات العامة لتحليل وتفسير الرأي العام أو القضايا التي تؤثر على أداء عملك من خلال دراسة جميع القضايا المؤثرة عليه، ويمكن أيضا وضع خطة عمل للتواصل مع الجمهور، فالمؤسسة هنا تهدف إلى مجموعة من الأهداف الاستراتيجية منها طويلة الأمد، ومنها أهداف لا يمكن أن تتحقق بين ليلة وضحاها مثل السمعة الطيبة، وهناك أهداف تكتيكية مثل شرح سياسة المؤسسة في موقف معين والمساعدة على ترويج المنتجات أو تنشيط الخدمات.

¹ - بسام عبد الرحمن الجرايدة، مرجع سابق، 158.

² - د. عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013، ص 29.

3- الإمكانيات المتاحة:

كغيرها من الأنشطة والأعمال تتطلب ممارسة الجهود الخاصة ببرامج العلاقات العامة بتوفير ما يلزم من إمكانيات وفي مقدمتها الميزانيات المالية اللازمة لتنفيذ تلك البرامج، وقد أدى التطور الذي شهدته المجتمعات البشرية إلى تعقد عملية التواصل والتأثير على الجمهور الشيء الذي أدى إلى خلق ما يعرف بالمنافسة الاتصالية.

ويمكن اعتبار الموارد المالية من أهم الإمكانيات التي يجب توفيرها لممارسة أنشطة العلاقات العامة، لكونها يمكن أن توفر عن طريقها كافة متطلبات العمل في هذا النوع من النشاط البشري، القدرات البشرية أو ما يعرف بمهارات ممارسي العلاقات العامة¹.

4- نشاط الإدارة:

إن نشاط الإدارة العلاقات العامة هو ثمرة الجهد الإنساني سواء كان عقليا أو عضليا يرتبط بنشاط الإدارة بأهدافها، ولذلك فإن محطة النشاط من المنتظر أن تكون ثمرته النتائج التي تسعى إليها المؤسسة من خلال أهدافها المعلنة، وهذا النشاط ليس شكلا واحدا من الأعمال إنما هو عملية تكاملية يقوم بها كادر المؤسسة ككل، بحيث يؤدي كل موظف في الإدارات واجبه حسب تخصصه، مهما نظر إلى هذه الوظيفة من منظار الأهمية والاحترام وعدمها لكل من المديرية له قيمة².

5- تكنولوجيا الاتصال:

لها دور هام في ممارسة العلاقات العامة من بينها:

أولاً: كونها ركن أساسي ضمن عناصر عملية الاتصال.

ثانياً: اعتماد عملية الممارسة العلمية لنشاط العلاقات العامة عليها بشكل رئيسي، إذ لا يمكن تنفيذ أي نوع من أنواع البرامج دون استخدام وسائل الاتصال وتكنولوجياته المتنوعة.

ثالثاً: للتحويلات الكبيرة التي أحدثتها تكنولوجيات الاتصال ووسائطه المتعددة فيما يعرف بنموذج الاتصال التفاعلي.

¹- بسام عبد الرحمن الجريدة، إدارة العلاقات العامة، مرجع سابق، ص 31-32

²- المرجع نفسه، ص 160.

ويمكن القول بأن الوسائل التكنولوجية الاتصالية خدمت العلاقات العامة بشكل كبير، حتى عند إدارة أقسام العلاقات العامة في كثير من الأحيان تمتلك قدرات اتصالية فاعلة وتقنيات ووسائل إعلامية حديثة¹.

6- الإدارة:

إن عملية الإدارة هي التي تمكن السيطرة على نشاطات المؤسسة، وذلك من خلال توجيه كوادرها لتأدية واجباتها بما يضمن تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل وأقل التكاليف.

3-3 التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة:

لكي تحقق إدارة العلاقات العامة دورها بفعالية يجب أن تكون ذات تنظيم فعال قادر على انجاز مهماتها، وإن أي نمط تنظيم لإدارة العلاقات العامة مهما كانت تسمية (إدارة، قسم، جهاز) يجب أن يراعي مايلي²:

- أولاً: العلاقات العامة جهاز يتبع الإدارة العليا في المؤسسة.
- ثانياً: العلاقات العامة نشاط اتصالي يجب ان تسمح له مرونة التنظيم بالحركة والاتصال المباشر بجمهوره الداخلي والخارجي.
- ثالثاً: أن طبيعة أنشطته الاتصالية مختلفة وتحتاج إلى مهارات متعددة تحتاج إلى كوادر ماهرة في الاتصال والعلاقات الإنسانية لتنفيذها.
- رابعاً: طبيعة أنشطتها في التنبؤ والتخطيط والتعرف على طبيعة الجمهور وسمعة الشركة تحتاج إلى قسم للبحوث والتخطيط.

هذا ويعتقد بأن الأسلوب الأفضل لإعداد التنظيم الداخلي لمؤسسة ما أو أحد أقسامها الرئيسية أن يعهد بمهمة إعداد التنظيم لجهة اختصاصية خارجية كمكاتب التنظيم والإدارة أو مراكز التطوير الإداري أو الجماعات والمعاهد العلمية³.

كما أن التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة لا بد أن يتم في إطار الخطة الإجرائية التالية⁴:

- حصر الأنشطة وكافة الأعمال التي تأخذ طابع العلاقات العامة بناء على معايير علمية.

¹- المرجع نفسه، ص 32-33.

²- صالح خليل أبوا صبح، مرجع سابق، ص 109.

³- عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هانف الشامي، مرجع سابق، ص 211.

⁴- مريهان منصور أبو سنة، مرجع سابق.

- جمع الأنشطة والأعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة واحدة متخصصة داخل النشاط العام للعلاقات العامة.
 - إنشاء وحدات إدارية فرعية داخل نطاق العلاقات العامة، بحيث يتم إنشاء قسم لكل مجموعة نشاط متخصصة وإعطاء كل قسم الاسم الوظيفي المناسب الذي يتفق مع طبيعة ونوع الواجبات والمسؤوليات الموكلة له.
 - تعيين الأفراد المناسبين في كل قسم وظيفي بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب.
- وفي ذات السياق اعتبر (هاربرت سيمون) في كتابه سلوكيات الإدارة أن التنظيم يؤثر في الناس الذين يعملون بداخله من عدة أوجه مختلفة والتي تتدرج من خلال الآتي¹:
- التنظيم يقسم العمل بين الأفراد العاملين كنتيجة لتحديد الاختصاصات.
 - التنظيم ينقل القرارات إلى أقسام المؤسسة سواء من أسفل إلى الأعلى وبالعكس على المستوى الأفقي كما يمد العاملين بالمؤشرات التي ترشدهم لأداء الواجبات.
 - التنظيم يحقق تنمية وتدريب العاملين فيه عن الإيمان بأهمية التدريب وإسهامه الأكيد في الوصول بالعاملين في اتخاذ قرارات أفضل.
 - والغرض من تنظيم العلاقات العامة بوجه عام يعني تجنب الإسراف والوصول إلى الهدف بأسرع طريق ممكن دون إخلال المبادئ والقيم وروح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في أي منشأة².

3-4 أهمية التنظيم في العلاقات العامة

التنظيم له أهمية بالغة في تحقيق طموحات وأهداف أي مؤسسة سواء على صعيد خططها أو على صعيد أدائها للعمل بكفاءة عالية، فكما يقول "إدوارد بيرترز" أن التنظيم هو الهيكل والإدارة البشريتان والماديتان اللتان بواسطتهما يقام جهد منظم بناء على خطة مرسومة، وتواجه المراحل المختلفة للجهود المرسومة والإشراف عليها من أجل تحقيق الهدف المنشود³، فإذا كانت مهمة التخطيط في تحديد أهداف المنظمة الإدارية واعداد الإمكانيات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف فإن التنظيم يمثل الوسيلة التي عن طريقها يتم إنجاز هذه الأهداف، فالتنظيم لا بد منه للوصول إلى الغايات التي أنشأت من أجلها المنظمة الإدارية بغض النظر عن طبيعة عملها، فأهمية التنظيم تكمن في أن التنظيم

1- يوفر الاستغلال الجيد للإمكانيات.

¹- بسام عبد الرحمن الجريدة، مرجع سابق، ص 189-190.

²- زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سابق، ص 80.

³- بسام عبد الرحمن الجريدة، المرجع السابق، ص 188.

- 2- يوصل للهدف بأقصر الطرق.
 - 3- يساعد على إيجاد التعاون بين العاملين لما يزيله من سوء فهم عند توزيع المهام، بحيث يستند على معايير محددة بناء على قدرات الافراد، أي ما يتم اسناده وتحديده من اختصاصات للأفراد بصورة واضحة.
 - 4- تطوير مستوى الأفراد بحيث يحصل كل منهما على تخصصه وفيما يناسبه.
 - 5- من هنا كانت عملية فهم مهارات الأفراد وتقييمها عملية مستمرة لا سيما جنسية العلاقات العامة¹.
- كما أن التنظيم يتميز بالعديد من النقاط الإنسانية نذكر منها:

1. الواقعية.
2. الفعالية.
3. قليل التكلفة.
4. المرونة والحيوية.
5. التنسيق في الجهود والأعمال.
6. يعتبر من أفضل الأساليب.

كما أن التنظيم يجب أن يستند على أسس ومناهج علمية مستندة على عدة عناصر يمكن إجمالها على النحو التالي:

- 1- الهدف والغاية المتفق عليها.
- 2- توافق الأفراد على علاقة محسوسة.
- 3- المشاركة في تحقيق الهدف المنشود².

¹-د. زهير عبد اللطيف عابد، د أحمد العبد أبو سعيد،مرجع سابق، ص 79.

²- بسام عبد الرحمان الجريدة،مرجع سابق، ص 79.

3-5 إدارة الجمهور الداخلي للعلاقات العامة:

إن البيئة الصحية للعلاقات داخل المؤسسة تشكل عنصراً هاماً لنجاحها، وليس هناك مؤسسة يمكنها أن تتجح دون أن يكون أداؤها جيداً، وبدون أن تتقدم في أداؤها وانجازها¹، ولعل العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً في توفير ظروف ملائمة لخدمة الحاجات الإنسانية داخل المؤسسة، وذلك بقيامها بدور هام يخدم الإدارة في مجال تحقيق الحوافز والرضا الوظيفي في المؤسسة، فالعلاقات العامة تقوم بدور اتصال هام، يستطيع تعزيز العلاقات وتنظيم الخدمات التي تساعد في انتماء أفراد المؤسسة لها واشباع حاجاتهم²، وتأتي العلاقات بالجمهور الداخلي للمؤسسة في مقدمة برامج العلاقات العامة كونها الأولى والأهم.

والاتصال بالجمهور الداخلي ليس صعباً فالأعمال اليومية توجد نوعاً من الاتصال بين الأفراد ببعضهم البعض إلى وسائل الاتصال الأخرى التي يتوقف تأثيرها على درجة استعداد الأفراد للاستماع والتجاوب، فقبل أن تحاول المؤسسة إيجاد علاقات عامة طيبة بين موظفيها يجب عليها أولاً تهيئة الجو المناسب لإقناعهم بتحسين العلاقات العمالية بها³.

أما فيما يخص إدارة الجمهور الداخلي للعلاقات العامة لا بد أن تجد أمن داخل المنظمة، أي من خلال تطوير مفاهيم ومدركات ومعارف ومعنويات القوى العاملة، وفي هذا المجال لا بد أن تدرك الإدارة الحقائق التالية⁴:

- 1- تحقيق الأهداف مرهونة بمعرفة أعضاء المنظمة لهذه الأهداف.
- 2- مساهمة كافة العاملين في تحقيق فاعلية المنظمة.
- 3- توليد الشعور بالمسؤولية لدى العاملين.
- 4- توحيد العاملين يؤدي إلى العمل بنجاح وكفاءة وفعالية أكثر.
- 5- إن العلاقات العامة السليمة والفعالة يتجه مسارها من الداخل حيث العاملين إلى الخارج.
- 6- ينتظر العاملين من الإدارة أفعالاً لا أقوالاً.

¹- خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص 131.

²- المرجع نفسه، ص 131.

³- باسم عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص 135.

⁴- د. عبد الناصر أحمد جرادات، مرجع سابق، ص 155.

- 7- الاعتراف بالأداء والتشجيع والإسهامات الجيدة للعاملين.
- 8- إعطاء العاملين الفرصة لتشكيل وظائفهم.
- 9- توفير بعض رموز الاحترام والتقدير للعاملين مثل إعطائهم بعض الامتيازات أو الألقاب الإدارية والترفيه والزيادات...
- 10- إعطاء العاملين فرص حرية التعبير بجعل قنوات الاتصال مفتوحة بينهم وبين الإدارة.
- 11- تشجيع الابتكارية وتطويرها لدى العاملين.

3-6 إدارة العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي:

إن الإدارة الناجحة للعلاقات العامة هي التي تضع دائماً الجمهور نصب أعينها كهدف ووسيلة في ذات الوقت، هدف من حيث سعي الإدارة إلى كسب دعمه و تأييده، ووسيلة لتنتمكن المؤسسة عن طريقه من تحقيق الأهداف التي قامت أساساً من أجلها سواء بهدف الربح، أو كسب المكانة وتدعيم السمعة الطيبة داخل المجتمع.¹ والجمهور الخارجي للمؤسسة يتمثل في المستفيدين أو المستهلكين من السلعة أو الخدمة والموزعين والموردين والدوائر الحكومية وغيرهم من الجماهير الخارجية التي تربطهم مصالح متبادلة.² وللوصول إلى الجمهور الخارجي تقوم العلاقات العامة بذلك من خلال مجموعة من الأنشطة من الإشهار وحملات الترويج لخدماتها أو سلعها والنشر، سواء كان ذلك كتباً أو ملصقات أو مجلات، وكذلك عن طريق الأبحاث وتستخدم أدوات ووسائل متعددة للقيام بأنشطتها تلك، وذلك من خلال توزيع الأخبار والصور والزيارات والمعارض وإعداد التقارير السنوية والخطب والمؤتمرات الصحفية والبرامج التلفزيونية والإذاعية.³

وتتمثل أهمية العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي في⁴:

- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة.
- تدعيم علاقة المؤسسة بالمجتمع المحلي الذي تعمل من خلاله.
- شرح سياسات المؤسسة وأهدافها وتزويد أفراد الجمهور بكافة المعلومات والبيانات عن المؤسسة ونشاطها.
- ولا يمكن للعلاقات العامة أن تصل إلى أهدافها المسطرة إلا من خلال مصادر العلاقات العامة الخارجية وأبرزها الشركات الاستشارية التي ستوضح أسباب الاستعانة بها من خلال النقاط التالية⁵:

¹- شدون علي شيبية، مرجع سابق، ص 244.

²- عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، ص 146.

³- صالح خليل أبو صبح مرجع سابق ص 136

⁴- شدون علي شيبية، مرجع سابق، ص 265.

⁵- بسام احمد الجرايدة، مرجع سابق، ص 173.

- ✓ المؤسسة المعنية ليست بالضخامة الكافية مالياً أو إدارياً أو غير ذلك لإنشاء قسم خاص لعلاقات عامة بها.
- ✓ السياسة العامة للمؤسسة تفضل أن يتم التعامل مع العلاقات العامة من الخارج.
- ✓ حاجة المؤسسة لخدمات متخصصة.
- ✓ ضرورة تزويد المؤسسة بخدمة العلاقات العامة الإعلامية .
- ✓ تقديم خدمات متخصصة مثل إصدار نشرات داخلية خاصة بالمؤسسة والعلاقات العامة أو الخاصة بالمؤسسة.

3-7 عملية اتخاذ القرارات في العلاقات العامة:

تعتبر عملية اتخاذ القرارات الإدارية هي الأساس الحقيقي الذي تقوم عليه العملية الإدارية بل أنها تمثل قلب الإدارة، وتتعلق عملية اتخاذ القرارات الإدارية باختيار بديل مناسب من بدائل معينة بحيث تضمن تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المنظمة، وبالتالي فإن المبدأ العام الذي يحكم هذه العملية داخل أي منظمة هو ضرورة مساهمة أي قرار إداري يتم اتخاذه في تحقيق الأهداف التي تصبو إليها المنظمة¹. وتتم لمعالجة مشكلات قائمة أو لمواجهة حالات أو مواقف معينة محتمة للوقوع، وقد تكون المشكلات القائمة واضحة ومعروفة الأبعاد والجوانب أو قد تكون غامضة بالنسبة لعلمها أو أبعادها أو الأسباب المكونة لها².

وفيما يتعلق بالقرار فقد حددها وفتتاد في دراسته حيث يرى أنه يمكن القول بأن شخصا ما يتخذ قرارا عندما يبدأ سلسلة من ردود الفعل في مواجهة سيئ ما، وأنه استقر عقليا على القيام بسلوك ما لم يعد عنده شك من حيث وجوب القيام به³.

وهناك العديد من التعريفات التي أعطيت لمفهوم اتخاذ القرارات نذكر منها⁴:

-**التعريف الأول:** هو عملية اختيار بديل واحد من بين بديلين أو أكثر للتعامل مع مشكلة معينة أو موضوع معين.

-**التعريف الثاني:** هو الاختيار الحذر والدقيق لأحد البدائل من بين اثنين أو أكثر من مجموعة من البدائل.

¹- زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سابق، ص 140.

²- بلحاج فتيحة، الأسس النظرية والعلمية في اتخاذ القرار، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، العدد 07، سنة 2016، ص 271.

³- محمد محمد البادي، العلاقات العامة ووظائف الإدارة العليا، المكتبة الأنجلو المصرية، سنة 1992، ص 20.

⁴- بلحاش عائشة، محاضرة في مقياس نظرية اتخاذ القرار، قسم العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر.

-التعريف الثالث: هو الإختيار الحذر من جانب الإدارة أو متخذ القرار لتصرف معين دون آخر من بين أكثر من تصرف يمكن اختياره.

ومن التعريفات المقدمة نستنتج أن عملية اتخاذ القرار هي عملية عقلية ومنطقية لاختيار البديل الأفضل لحل المشكلة المراد مواجهتها من بين البدائل المقدمة والمتاحة.

تتمثل أهمية اتخاذ القرار في أنها عملية متداخلة في جميع وظائف الإدارة ونشاطاتها فعندما تمارس الإدارة وظيفة التخطيط فإنها تتخذ قرارات معينة في كل مرحلة من مراحل وضع الخطة واختيار أفضل الطرق والأساليب لتشغيلها، وهكذا تجرى عملية اتخاذ القرارات في دورة مستمرة مع استمرارية العملية الإدارية نفسها¹.

كما أن هناك عدة عناصر أساسية يتوقف عليها تحديد الإطار العام لعملية اتخاذ القرارات الإدارية وهذه العناصر تتمثل فيمايلي²:

- 1- المناخ الذي يتخذ فيه القرار: يتمثل في الظروف البيئية الداخلية أو الخارجية.
- 2- أهداف متخذ القرار: الأهداف المراد الوصول إليها من قبل متخذ القرار كما انه لا يمكن وضع احتمالات بشأنها.
- 3- الإستراتيجية البديلة: وهي مجموعة الحلول البديلة المتاحة أمام متخذ القرار.
- 4- النتائج المتوقعة: وهي التي يستند إليها متخذ القرار في عملية المفاضلة بين الحلول البديلة وبالتالي اتخاذ قرار إداري معين.

-ويمكن إجمال مراحل عملية اتخاذ القرارات فيمايلي:

- 1- **تحديد المشكلة:** إن الخطوة الأولى في اتخاذ القرار هي تحديد المشكلة التي تعد أهم مرحلة، لأن عدم تحديد المشكلة بشكل دقيق يعني بالتأكيد عدم ملائمة البديل الذي يتم اختياره لحل المشكلة³.
- 2- **تحديد الهدف:** الهدف الذي يرمي الوصول إليه متخذ القرار قد يكون لتحقيق هدف معين أو لتحقيق عدة أهداف يسعى المدير للوصول إليها، وقد تكون هذه الأهداف متناقضة فمثلا: تعديل برنامج الدعاية الترويجية لزيادة رقم المبيعات أو تخفيض أسعار البيع لسلعة معينة رغبة في تحقيق هدف زيادة المبيعات وبالتالي فإن القرار ذاته قد يجعل تحقيق زيادة الأرباح أمرا صعبا⁴.

¹- نوال عبد الكريم الأشهب، اتخاذ القرارات الإدارية، دارأمجد للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2014، ص 18-19.

²- عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سابق، ص 143.

³- زاوي سامينة، محاضرات نظرية اتخاذ القرار، مقياس نظرية اتخاذ القرار، 2020-2021.

⁴- بلحاج فتيحة، مرجع سابق، ص 272.

3-تحديد البدائل المتاحة وتقييمها: ويتوقف عدد الحلول البديلة على عدة عوامل منها ¹:

-وضع المنظمة والسياسات التي تطبقها/الفلسفة التي تلتزم بها،إمكانياتها المادية/الوقت المتاح أمام متخذ القرار،اتجاهات المدير.

4-اختيار البديل الأفضل:تعد هذه الخطوة قمة في عملية اتخاذ القرار حيث يمارس فيها متخذ القرار حكمه،وهي تقوم على أساس المفاضلة بين البدائل في ضوء نتائجها المتوقعة و مقارنتها مع الأهداف والمعايير المنبثقة عنها و يستند متخذ القرار في اختياره للبديل الأفضل على خبراته السابقة².

5-تنفيذ القرار: هناك عدة طرق لتنفيذ القرار منها الخطي،الشفهي، إلا انه يجب في جميع الحالات تعقيم القرار والتركيز عليه بواسطة الترغيب أو الترهيب كما وأنه من الأفضل انه يكون مرتبط بجدول زمني ومالي لتسهيل عمليات الرقابة واستمراريتها والتأكد من التنفيذ في كل المراحل ليسيير وفقا للقرار³.

• العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرار:

قد تتأثر القرارات الإدارية بعوامل عديدة قد تعيقها عن الصدور بالصورة الصحيحة أو تؤدي إلى التأخر في إصدارها ومن هذه المؤثرات ما يلي

1-تأثير البيئة الخارجية: أن المنظمة تشكل خلية من خلايا المجتمع فهي تتأثر به مباشرة أو غير مباشرة،ومن أهم الظروف التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار ظروف اقتصادية،سياسية،اجتماعية،تقنية،والقيم والعادات، ويضاف إليها مجموعة القرارات التي تتخذها المنظمات الأخرى في المجتمع سواء كانت منافسة للتنظيم أو متعاملة معه⁴.

2-عوامل البيئة الداخلية: تتمثل في العوامل التنظيمية وخصائص المؤسسة ومن أهمها:⁵

-درجة مركزية القرار وحجم المؤسسة ودرجة انتشارها الجغرافي.

-درجة وضوح أهداف المؤسسة.

-مدى توافر الموارد المالية والبشرية والفنية للمؤسسة.

¹- طارق طه عبود الملا، محاضرة بعنوان مراحل اتخاذ القرار، مقياس المدخل إلى علم المعلومات والمكتبات، قسم المعلومات وتقنيات المعرفة، كلية الآداب، جامعة البصرة.

²- معمرى إلياس، مذكرة تخرج بعنوان نظام المعلومات كأداة مساعدة على اتخاذ القرارات، تخصص تسيير دولي استراتيجي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، ص37.

³- بلحاج فتيحة، مرجع سابق، ص 273.

⁴- المرجع نفسه، ص 275.

⁵- يحيوي خديجة، محاضرات في نظرية اتخاذ القرارات، 2021-2022، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس..

-القرارات التي تصدر عن مستويات إدارية أخرى.

3- **عوامل نفسية:** وهي التي تتمثل في المحيط النفسي للشخص متخذ القرار وردة فعله النفسية في أي مشكلة من الممكن أن يواجهها¹.

4- **عوامل شخصية:** تتعلق بشكل أساسي في شخصية متخذ القرار فالقرار يعتمد على ما يميز شخصية لمتخذ القرار فإن السلوك الشخصي قد يؤثر بشكل مباشر على صناعة القرار ويوجد ثلاثة أبعاد للاختلافات الفردية من متخذ قرار لآخر وهي كالاتي² :

-الأسلوب المتبع في تجميع البيانات.

-أسلوبهم في استخدام المعلومات.

-أسلوب في الإحساس بالمشكلة.

5- **تأثير عنصر الوقت:** يشكل عنصر الزمن ضغط كبير على متخذ القرار فكلما زادت الفترة الزمنية المتاحة أمامه كلما كانت البدائل المطروحة أكثر والنتائج أقرب إلى الصواب و العكس في حالة ضيق الوقت.³

3-8 كيفية مواجهة الأزمات في إدارة العلاقات العامة:

لقد أشارت الدراسات التي تناولت إدارة الأزمات على مستوى المؤسسات إلى أهمية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في المشاركة في إدارة الأزمات، وذلك لأسباب عديدة منها تزايد عدد الأزمات التي تعاني منها المؤسسات بشكل كبير، إذ كان لاهتمام مؤسسات العلاقات العامة بهذه الأزمات أثرا في إلقاء الضوء عليها وتحديد أبعادها وأسبابها، وقد أثبتت الدراسات في حينها 78% من هذه الأسباب كانت ناجحة عن قرارات وتصرفات إدارية بالرغم من أن إدارة العلاقات العامة والتعامل معها هو عنصر أساس وضع إستراتيجية المؤسسة، وتأتي إدارة العلاقات العامة كعنصر فعال في إدارة الأزمة وفي تعديل صورة المؤسسة أمام الجمهور الخارجي⁴.

¹ - المرسل، العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار، إيمان محمود، 23 أكتوبر 2022، <https://www.almorsal.com>، 19: 11

² - أي عربي، عوامل مؤثرة في اتخاذ القرار، ولاء عضيبات، 7 ماي 2020، <https://e3rabi.com>

³ - يحيى خديجة، مرجع سابق.

⁴ - بطرس حلاق، العلاقات العامة والأزمات، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 97.

• مفهوم إدارة الأزمة:

-يتمثل في سلسلة الإجراءات الهادفة إلى السيطرة على الأزمة والحد من تفاقمها حتى لا يفلت زمامها وبذلك تكون الإدارة الرشيدة لازمة هي تلك التي تضمن الحفاظ على الحيوية للمؤسسة وحمايتها¹.

-هي المحافظة على الأصول وممتلكات المنظمة وعلى قدرتها على تحقيق الإيرادات، كذلك المحافظة على الأفراد والعاملين ضد المخاطر المختلفة، والعمل على تجنب المخاطر المحتملة أو تخفيف أثرها على المنظمة في حالة عدم التمكن من تجنبها بالكامل وهذا ينطبق أيضا على الدولة وإدارتها².

• أسباب نشوء الأزمات:

تتنوع الأسباب المنشأة للازمات بتتنوع الأزمات نفسها وبرغم تنوع هذه الأسباب فإنه من الممكن تسليط الضوء على أهمها³:

1- **سوء الفهم:** يمثل سوء الفهم أحد أسباب نشوء الأزمة وفي مثل هذه الأزمات يكون الحل سهلا بمجرد إيضاح الحقيقة، وينشأ سوء الفهم كمن خلال جانبين: المعلومات المبتورة، الشروع في إصدار القرارات أو الحكم على الأمور قبل إيضاحها.

2- **سوء الإدراك:** يمثل الإدراك مرحلة استقبال المعلومات التي أمكنه الحصول عليها والحكم التقديري على الأمور المعروضة، وعن طريق هذه المرحلة يتخذ السلوك والتعرف تجاهه شكلا ومضمونا فإذا ما كان هذا الإدراك غير سليم أو نجم عن تداخل الرؤيا والتشويش فإنه يؤدي إلى عدم سلامة الاتجاه الذي اتخذه القائد الإداري.

3- **ضعف في الإمكانيات:** قد يكون في المنظمة ضعف في الموارد المادية أو الموارد التكنولوجية أو الموارد البشرية فبعض المنظمات تعاني من نقص في الإمكانيات البشرية المتميزة في مجال معين والنقص التكنولوجي والمادي وهذا ما يعتبر من أسباب ظهور الأزمات وحظوظ إذا تواجه مشكلة ولم تتمكن من إيجاد الحل المناسب⁴.

4- **الإشاعات:** من أهم مصادر الأزمات بل أن الكثير من الأزمات يكون مصدرها الوحيد هو إشاعة أطلقت بشكل معين، وبالتالي فإن إحاطتها بهالة من المعلومات الكاذبة وإعلانها في توقيت معين وفي إطار مناخ وبيئة محددة ومن خلال حدث معين تؤدي إلإن تنفجر الأزمة⁵.

1- منال محمد رجال، مرجع سابق، ص 84.

2- هاشم حمدي رضا، مرجع سابق، ص 151.

3- بطرس حلاق، مرجع سابق، ص 23.

4- أي عربي، ماهي أسباب نشوء الأزمات، ولاء عضيات، 11 افريل 2020. <https://e3rabi.com>.

5- بعلول نورة، عشيخ أمال، دور العلاقات العامة في التعامل مع الازمات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، ص 49.

- دور العلاقات العامة في الإعداد لمواجهة الأزمة:
 - إن قيام الإدارة بالإعداد لإدارة الأزمات يهدف إلى أن تكون مهياً لمواجهة مختلف الأزمات التي يمكن أن تتعرض لها والرد عليها بطريقة سليمة وفي إطار التأسيس لإدارة الأزمات يتوجب على إدارة العلاقات العامة القيام بها منها¹:
 - المحافظة على علاقات وثيقة مع وسائل الإعلام وفي جميع الأوقات لتكون أكثر تعاوناً مع المؤسسة أثناء الأزمة.
 - اختيار شخص مناسب ليكون مديراً للأزمة.
 - تعيين عدد من الأعضاء كفريق لإدارة الأزمة مع تحديد أدوارهم والإجراءات الواجب اتخاذها والسيناريوهات المحتملة.

وتتمثل عملية الإعداد لإدارة الأزمات في إعداد خطط يتم الاسترشاد بها عند وقوع أزمة ما.

• أساليب مواجهة الأزمات:

-الطرق التقليدية²:

1. إنكار الأزمة: حيث تتم ممارسة تعميم إعلامي على الأزمة وإنكار حدوثها وإظهار صلابة الموقف.
2. كبت الأزمة: تعني تأجيل ظهور الأزمة، وهو نوع من التعامل المباشر مع الأزمة بقصد تدميرها.
3. تفرغ الأزمة: يتم إيجاد مسارات بديلة ومتعددة أمام قوة الدفع الرئيسية والفرعية المولدة لتيار الأزمة ليتحول إلى مسارات عديدة وبديلة تستوعب جهده وتقلل من خطورته.
4. الأخطاء البشرية: وتعد الأخطاء البشرية من أهم أسباب نشوء الأزمات سواء في الماضي أو الحاضر أو المستقبل وتتمثل تلك الأخطاء في عدم كفاءة العاملين واختفاء الدافعية للعمل وتراخي المشرفين وإهمال الرؤساء وإغفال المراقبة و المتابعة وكذلك إهمال التدريب³.
5. سوء التقدير والفهم: يعد سوء التقدير والفهم من أكثر الأسباب حدوث الأزمات في جميع المجالات وينشأ سوء التقدير الأزموي من خلال جانبين أساسيين هما⁴:

1- الإفراط في الثقة سواء في النفس أو في القدرة الذاتية على مواجهة الطرف الآخر والتغلب عليه.

2- سوء تقدير قوة الطرف الآخر والاستخفاف به واستصغاره والتقليل من شأنه.

¹- بطرس حلاق، مرجع سابق، ص 99.

²- عبد الله أحمد عقيلان، مرجع سابق، ص 147.

³- بعلول نورة، عيشيش أمال، مرجع سابق، ص 50.

⁴- غسان قاسم داود اللامي، العيساوي خالد عبد الله إبراهيم، إدارة الأزمات، ب. د. ن. بغداد -العراق، سنة 2015، ص 21.

6- اليأس: أزمة نفسية وسلوكية تشكل خطراً داهماً على متخذي القرار، إذ تحبطهم وتقدهم الرغبة في العمل والتطور والتقدم، وتسلمهم في حالة الروتين، وتتفاقم الأزمة لتكون حالة اغتراب بين الشخص والكيان وتصل إلى قمتها بإنفصام مصلحتيهما وتتطلب مواجهة هذا النوع من الأزمات، إشاعة جو من الأمل من خلال تحسين تلك الظروف وتأمين مكاسب العاملين¹.

-الطرق الغير تقليدية²:

1- طريقة فريق العمل: حيث يتطلب وجود أكثر من خبير ومتخصص في مجالات مختلفة حتى يتم حساب كل عامل من العوامل وتحديد التصرف المطلوب مع كل عامل.

وهذه الطرق إما تكون طرق مؤقتة أو تكون طرق عمل دائمة من الكوادر المتخصصة التي يتم تشكيلها وتهيئتها لمواجهة الأزمات وأوقات الطوارئ.

2- طريقة المشاركة الديمقراطية للتعامل مع الأزمات: تستخدم عندما تتعلق الأزمة بالأفراد أو يكون محورها عنصر بشري، وتعني هذه الطريقة الإفصاح عن الأزمة وعن خطورتها وكيفية التعامل معها بشكل شفاف وديمقراطي.

3- طريقة الاحتواء: أي محاصرة الأزمة في نطاق ضيق ومحدود، من الأمثلة على ذلك الأزمات العمالية، حيث يتم استخدام طريقة الحوار والتفاهم مع قيادات تلك الأزمة³.

4- تدمير الأزمة من الداخل: من أصعب الأساليب الغير تقليدية، ويستخدم في الأزمات ذات الضغط العنيف و المدمر والتي يفترق فيها إلى المعلومات، فيتعامل معها بعنف ويسعى إلى التأثير في مكامن الضعف فيها واستقطاب بعض القوى ذات التأثير المباشر في قوى الدفع في الأزمة، بهدف التأثير في استقرارها وإفقادها التماسك، وإيجاد حالة من الصراع الداخلي بينهما ما يؤدي إلى تدميرها، ويولي ذلك القضاء على القوى المتزعمة للأزمة وإفقادها مصداقيتها، والمساعدة على إيجاد زعامات جديدة تكون أكثر عدلاً وتفهماً للموقف، يمكن من خلالها تكوين قوى تتصف بالإيجابية والفاعلية داخل الكيان الإداري⁴.

¹- بلعباس عبد الحميد، محاضرة بعنوان الاتصال وتسيير الأزمة، مقياس الاتصال وتسيير الأزمة، 2021/2020، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

²- منال محمد رحال، مرجع سابق، ص 95.

³- هاشم حمدي رضا، مرجع سابق، ص 158.

⁴- بطرس حلاق، مرجع سابق، ص 80.

• دور العلاقات العامة في علاج الأزمة:

يشمل دور العلاقات العامة في وضع الخطط للطوارئ وعقد المؤتمرات الصحفية وحضور الاجتماعات، وعند حدوث أي طارئ هنالك خطة للطوارئ يجب إتباع تعليماتها، ويتضمن معلومات عن أسماء وعناوين وأرقام هواتف الأشخاص وتفاصيل الإجراءات الواجب إتباعها عند حدوث الأزمة، وتشمل أيضا¹:

-الاتصال بمدير الحماية والأمن.

-استدعاء الطبيب المختص.

-قيام مدير العلاقات العامة بالاتصال بوسائل الإعلام حتى يبلغهم بتفاصيل الحادث.

¹-هاشم حمدي رضا، مرجع سابق، ص 160-161.

خلاصة الفصل:

نستج مما سبق عرضه أهمية العملية الإدارية للعلاقات العامة داخل أي هيكل تنظيمي و مدى مساهمتها في نجاح المؤسسة وذلك لاعتمادها على تنظيم داخلي جيد، يحتوي على مختلف الأساليب، والعناصر اللازمة لإدارتها، بالإضافة لاهتمامها بالجمهور الداخلي والخارجي باعتبارهما جزء لا يجزا من استمرارية المؤسسة وتحقيق نجاحها، ومدى أهمية الجمهور الداخلي في عملية اتخاذ القرارات للحد من وقوع الأزمات والمشكلات التي تواجهها المؤسسة.

الفصل الرابع: المؤسسة الصحية

تمهيد:

إن وجود المؤسسة الصحية ضرورة لا غنى عنها في حياة المجتمعات، كما أنها تعتبر من سمات تقدم هذه انتشار وواقع نشاط العلاقات العامة في هذا القطاع، كما تتعرض إلى واقع مستقبل العلاقات العامة داخل المجتمعات، وهذا الميدان هو الآخر تعرض للعلاقات العامة وذلك من أجل تسيير وتحسين علاقات المؤسسة مع جماهيرها.

وكان لابد علينا في هذا الفصل التعريف بالتطور التاريخي للمؤسسات الصحية وكذا أنواعها ووظائفها وخصائصها، بالإضافة إلى كيفية ممارسة نشاط العلاقات العامة في هذه المؤسسات، ومشاكل تسييرها وأهم التحديات التي تواجه المؤسسات الصحية وفي الأخير واقع قطاع الصحة في قالمة.

4-1 التطور التاريخي للمؤسسات الصحية:

تعد المؤسسات الصحية من المنشآت المهمة في المجتمع التي تهدف لتقديم الخدمات الصحية والرعاية الصحية للمرضى، ولم تصل المؤسسات الصحية لمستوى التقدم إلا نتيجة للتطورات التاريخية التي مرت عليها عبر العصور، والتي يمكن ذكرها في ثلاث مراحل:

- المؤسسة الصحية في الحضارة القديمة.

- المؤسسة الصحية في الحضارة الإسلامية.

- المؤسسة الصحية في العصر الحديث.

• المؤسسة الصحية في الحضارة القديمة:

إن تاريخ المؤسسة الصحية التي تعتنى بالمرضى يرجع إلى ما يقارب من 1200 سنة قبل الميلاد وذلك في المعابد الإغريقية ويحدثنا تاريخ الطب أن أبقراط الطبيب الشهير، قد كان له تأثير كبير في ميدان الطب حيث أنه نادى بفصل الطب عن الدين والفلسفة، وتجدر الإشارة إلى أن التدريب الطبي ودراسة العوامل البيئية على حالة الصحة والمرض قد حضيا بإهتمام خاص خلال تلك الفترة الزمنية¹.

كما عرف عهد البطالمة نشأت عبادة أمحوتب حيث أنهم كانوا يقدسونه ويطلقون عليه ب اله الشفاء، وكانت الكثير من المعابد تحمل أثاره، ويقومون بالذهاب إلى تلك المعابد والزوايا المقدسة التماسا للشفاء والعلاج. وكذلك كان في "منف" معبد صغير بني في عهد الأسرة السادسة ويعود ذلك إلى (2280 قبل الميلاد)، وكان ذلك مخصص لعلاج المرضى الذين يعانون من أمراض نفسية وعصبية، عن طريق فرق موسيقية خاصة بالمعبد تعزف ألحانا هادئة، كما كان أيضا معبد في أبيدوس كان فيه الكهنة يستعينون بالصلاة المرتلة على أنغام الموسيقى².

أما الحضارة الهندية فقد شهدت فترة حكم أشوكا (268-231) قبل الميلاد بناء العديد من البيوت والمباني للمرضى في المعابد البوذية، كما عرفت الفترة الممتدة ما بين (273-232) قبل الميلاد بناء مستشفيات سميت ب السيكيستا، وكان يقصد بهذه التسمية معابد الشفاء، كما تميزت هذه المستشفيات بالنظافة والجراحين المهرة، أما اليونان فقد استعملوا كنائسهم المسيحية لعلاج المرضى وإيوائهم.

¹ - سليم بطرس جلدة، مرجع سابق، ص17.

² - دو سيريا، الموسيقى كدواء للأمراض العقل والنفس في الحضارة الإسلامية، محمد اوزملي، 24 سبتمبر 2022

<https://w.w.w.syria.tv> 8:20

لقد تميزت المؤسسات الصحية في الحضارات القديمة ب مجموعة من الخصائص نذكر أهمها فيمايلي¹:

- استخدام المؤسسة كمركز للتدريب.
- قيام الأطباء بإجراء العمليات الجراحية وتجبير الكسور ووصف العقاقير الطبية في المستشفيات المنشأة.
- الاهتمام بنظافة بيئة المؤسسة الداخلية.
- دراسة تأثير العوامل البيئية المختلفة على حالة الصحة والمرض.
- المؤسسة الصحية في الحضارة الإسلامية:

لقد شهدت المؤسسات الصحية في الحضارة الإسلامية تطورا هاما حيث أبدى المسلمون اهتماما كبيرا في مجال رعاية المرضى والتكفل بهم، وذلك من خلال بناءهم لمؤسسات صحية فاخرة لرعاية المرضى والاهتمام بهم.وقد تميز دور المؤسسة الصحية في تلك الفترة ب :

- تقديم الرعاية الصحية والاجتماعية.
- مساعدة المرضى وخاصة الفقراء والمحتاجين.
- استعمال المستشفى كمركز لتعليم الطب.

ولعل من أجل إسهامات المسلمين الحضارية في مجال الصحة وأعظمها على الإطلاق أنهم أول من أسسوا المستشفيات في العالم، فقد أسس أول مستشفى إسلامي في عهد الخليفة الأموي الوليد بن عبد الملك، وكان هذا المستشفى متخصص في الجذام، وأنشئت بعد ذلك العديد من المستشفيات في العالم الإسلامي للعلم والطب².

كانت المستشفيات تعرف ب (البيمارستانات) وكان منها الثابت والمتنقل، فالثابت هو الذي ينشأ في المدن، أما المتنقل فهو الذي يجوب القرى البعيدة والصحاري والجبال، وكانت المستشفيات المتنقلة تحمل على مجموعة كبيرة من الجمال، ووصلت في بعض الأحيان إلى أربعين جملا وذلك في عهد السلطان محمود

¹- سليم بطرس جلدة، مرجع سابق، ص19.

²- قصة الإسلام، المستشفيات في التاريخ الإسلامي، راعب السرجاني، 20مارس 2013، <https://w.w.w.islemstory.com> 9 :00

السلجوقي الذي حكم سنة (511هـ-525هـ)، وكانت مزودة بالآلات العلاجية والأدوية، ويرافقها عدد من الأطباء وكان بمقدورها الوصول إلى كل رقعة في الأمة الإسلامية¹.

كما يشير التاريخ أن الخليفة هارون الرشيد (786-809) ميلادي أبدى إهتماما كبيرا بصحة الشعوب في الإمبراطورية الإسلامية، حيث بنى نظاما ضخما من المستشفيات وكان يدفع رواتب الأطباء من خزينة الدولة، وكانت الرعاية الطبية مجانية في هذه المستشفيات وذكر أحد الرجال اليهود أنه وجد أكثر من 60 مستوصفا ومراكز لصرف العلاج في بغداد وحدها².

أما الإجراءات التي كانت تتخذ لتجنب العدوى فكانت من نوع خاص وفريد فكان المريض إذا دخل المستشفى يسلم ملابسه التي دخل بها، ثم يعطي ملابس جديدة مجانية لمنع انتقال العدوى عن طريق ملابسه التي كان يرتديها، ثم يدخل كل مريض في عنبر مختص بمرضه ولا يسمح له بدخول العنابر الأخرى لمنع انتقال العدوى، وينام كل مريض في سرير خاص به³.

ومن أبرز الخصائص التي تميزت بها المؤسسة مايلي⁴:

- عدم السماح للمرضى المصابين بأمراض معدية من الاختلاط بالمرضى الآخرين.
- وجود المستشفى المتنقل وإرساله للمناطق النائية.
- إنشاء مؤسسات عامة ومتخصصة.
- الاهتمام بنظافة البيئة للمؤسسة الداخلية.
- التركيز على جودة الرعاية الطبية المقدمة للمرضى من خلال القيام بعمليات تشخيص للمرض.

*المؤسسة الصحية في العصر الحديث:

يمثل العصر الحديث ثورة هائلة للمؤسسة الصحية ففي نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين ونتيجة للفتوحات العلمية والمكتشفات والاختراعات حدث تقدم كبير في الرعاية الطبية والإستشفائية في المستشفيات الحديثة أين ظهر بعدين هما⁵:

¹-راغب السرجاني، قصة العلوم الطبية في الحضارات الإسلامية، مؤسسة اقرأ للنشر والتوزيع والترجمة، الطبعة الأولى، القاهرة، سنة 2009، ص 77-78.

²- فريد توفيق نصيرات، إدارة المستشفيات إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2008، ص 19.

³- راغب السرجاني، مرجع سابق، ص 79.

⁴- سليم بطرس، مرجع سابق، ص 21.

⁵- فريد توفيق نصيرات، مرجع سابق، ص 23.

1- بعد السلامة في الرعاية الطبية والاستشفائية: والذي تمثل في السيطرة على الألم حيث تم اكتشاف التخدير على يد العاملين well&long.

- السيطرة على انتشار العدوى في المستشفيات وخاصة العدوى الناتجة عن العمل الجراحي.
- 2- أما البعد الثاني فتمثل في فعالية الطب السريري والخدمات الاستشفائية وتمثل ذلك بما يلي :
- اكتشاف المضادات الحيوية واستعمال البنسلين في العلاج.
- ظهور وحدات الرعاية المكثفة في المستشفيات.

ومن أهم ما يميز المؤسسات الصحية في العصر الحديث مايلي¹:

- التركيز على معايير الجودة ومدى تحقيقها في المجالات الطبية.
- التركيز على العيادات الخارجية وتقديم الخدمات الصحية في منازل المرضى.
- التركيز على استخدام التقنيات الطبية الحديثة بشكل واسع.

4-2 أنواع ووظائف المؤسسة الصحية:

سنتناول أنواع ووظائف المؤسسات الصحية كما يلي:

❖ أولاً: أنواع المؤسسات الصحية

يمكن التمييز بين نوعين من المؤسسات الصحية

- المؤسسة المتاحة للخدمة الصحية: على سبيل المثال: المستشفيات، العيادات، مراكز العلاج.
- المؤسسة غير المتاحة للخدمة الصحية: تتمثل في وزارة الصحة وكل الهيئات الإدارية المختصة في متابعة برامج الصحة وتسيير العلاقات مع المؤسسات المتاحة للخدمة الصحية².

لقد اختلفت أنواع المؤسسات الصحية والمعايير وفقاً لعدة تصنيفات نذكر منها:

1- معيار الملكية الإدارية:

أي حسب الجهة التي تمتلك وتدير المستشفى ومصادر تمويلها، حيث تنقسم هذه المستشفيات إلى حكومية وخاصة، وتتضمن المستشفيات الحكومية جميع المؤسسات الاستشفائية التي تعتمد في تمويلاتها على المال العام للدولة، وتتبع جهات حكومية متعددة كوزارة الصحة والداخلية وغيرها من جهات رسمية، أما

¹- أحمد محمد غنيم، إدارة المستشفيات رؤية معاصرة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2006، ص 20.

²- بلهادي عز الدين، واقع تسيير المؤسسات الطبية الاجتماعية (الصحية)، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص تسيير هياكل استشفائية، قسم العلوم الاقتصادية، ص 13.

المستشفيات الخاصة تشمل جميع المؤسسات الاستشفائية التي لا تتبع ملكيتها للقطاع الخاص وهذه الأخيرة قد يمتلكها فردا أو مؤسسة¹.

2- حسب هدف التشغيل:

ويكون الهدف المنشود إما الربح أو تحقيق الخدمات الملائمة وراحة المرضى.

3- المعيار الكلينيكي:

وحسب هذا المعيار تقسم المستشفيات إلى مستشفيات عامة Central hôpital ومستشفيات خاصة Specialty hôpital، والمستشفى العام هو الذي يحتوي على التخصصات الأربعة الرئيسية في الطب والجراحة وهي خدمات الطب الباطني وجراحة الأطفال وخدمات أمراض النساء والولادة، وهو ما يسمى بالمستوى الثالث من الرعاية كجراحة القلب والكلى والأعصاب والأطفال وغيرها من التخصصات الدقيقة.

كما أن هناك تصنيف حسب الموقع والسعة السريرية، وتقسم المؤسسات حسب هذا المعيار إلى ثلاثة أنواع:

1- المؤسسات المركزية: التي تخدم التجمعات السكنية المتوسطة التي تقع في ضواحي المدن، وتتراوح سعتها السريرية من بين 100 و500 سرير.

2- مؤسسات المناطق الإقليمية: والتي تقوم بتقديم خدمات تخصصية لا تستطيع توفيرها أغلب المستشفيات الأخرى في منطقة ما، هذا أو تتوقف سعتها السريرية على الاحتياجات الصحية للأفراد.

3- المؤسسات المحلية الصغيرة: التي تقدم خدماتها للتجمعات السكنية الصغيرة، ولا تزيد سعتها السريرية عن 100 سرير².

❖ ثانيا: وظائف المؤسسة الصحية:

ان وظائف المؤسسة الصحية تختلف باختلاف أنواعها ومن وظائفها نذكر:

أ- الوظيفة العلاجية: مما لا شك فيه أن تقديم خدمات الرعاية الطبية للمرضى ومصابي الحوادث هي الوظيفة الأولى والأساسية للمستشفى، حيث يركز على تقديم أعلى مستوى ممكن من هذه الخدمات

¹- جديد رزيقة، حميطوس بلعيد، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاستشفائية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص إدارة وموارد بشرية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ص 48.

²- بلهادي عز الدين، مرجع سابق، ص 21.

للمرضى الداخليين ومرضى العيادات الخارجية، الحالات الطارئة وتحسين جودة هذه الخدمات بشكل مستمر¹.

ب- التعليم والتدريب: في المجالات الطبية والتمريض وفي العلوم الطبية المساعدة، أي أن المستشفيات في وقتنا الحاضر قد أصبحت مركزا لتنمية معلومات عددا كبيرا من العاملين في المجالات الطبية، وتطويرا لمهاراتهم وقدراتهم ومن ناحية علمية فقد يكون المستشفى هو المكان الذي يتم فيه تعليم وتدريب كل الأطباء والمرضى وغيرهم².

ت-وقاية المجتمع من الأمراض: تتمثل هذه الوظيفة في وقاية أفراد المجتمع من خلال توفير الصحة للجميع وتشجيعهم على تفهم أهم المشكلات الصحية، سعيا وراء القضاء عليها، ويتطلب الأمر ضرورة قيام المؤسسات الصحية بدور فعال في مجالات التوعية الصحية من خلال:

- تنظيم دورات للمرضى³.
- إصدار نشرات إرشادية.

ث-تعزيز البحوث في المجالات الطبية والعلوم الأخرى: التي لها علاقة بالصحة، حيث ان التقدم الهائل في علوم التكنولوجيا الطب والعلوم الصحية الأخرى في تشخيص المشاكل الصحية، وعلاجها هو خير دليل على أهمية البحوث في مجالات العلوم الطبية، وأصبح المستشفى يضم كافة الإمكانيات التي تساعد على إجراء مثل هذا النوع من البحوث مثل وجود سجلات طبية أو بنك للمعلومات تساعد في القيام بالبحوث والدراسات⁴.

الخدمات الممتدة إلى المنازل:

وتمتد وظائف المستشفى إلى خارج أسواره لتصل إلى بعض المرضى في بيئتهم المنزلية، وخاصة الحالات المرضية المزمنة التي لا تتطلب الرعاية الطبية المركزة في المستشفى، والتي قد تتمكن من الحضور إلى المستشفى لمتابعة العلاج، حيث يمكن للمستشفى إدارة وتنظيم برامج الرعاية الممتدة إلى المنازل وخاصة للمرضى كبار السن الذين يعانون من أمراض مزمنة تتطلب وقتا طويلا من العلاج، والتي لا تتطلب حضور

¹-زايدي مروة، مذکور خولة، ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية الجزائرية العمومية والخاصة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، ص 68.

²-دلال سويس، نظام المعلومات كأداة لتحسين جودة الخدمة الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية، مذكرة لاستكمال شهادة الماجستير تخصص نظام معلومات وتسيير ومراقبة تسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2011-2012، ص 36.

³- بلهادي عز الدين، مرجع سابق، ص 24.

⁴- دلال سويس، مرجع سابق، ص 36.

المريض إلى المستشفى حيث يمكن رعاية مثل هؤلاء المرضى والإشراف عليهم من قبل الممرضات المتخصصات وخدمات الطبيب العام في منازلهم¹.

3-4 خصائص المؤسسة الصحية:

إن خصائص المؤسسات الصحية لا تبتعد عن الخصائص العامة للخدمات والتي نذكرها في النقاط التالية²:

- تقدم لكل أفراد المجتمع، بغض النظر عن مستوياتهم الاجتماعية، الثقافية، التعليمية أو المادية.
- تقديم منفعة عامة لمختلف الأطراف المستفيدة منها أفراد، هيئات، تنظيمات...
- تتسم بكونها مراقبة بشدة حيث أنها تخضع للقوانين والتنظيمات الصادرة عن الدولة.
- تتميز بالاستمرارية وعدم القابلية للتأجيل وذلك على مدار اليوم، الأسبوع، الشهر، السنة.
- تتسم بدرجة عالية من الجودة لأنها مرتبطة بحياة الأفراد.
- كما أن المؤسسات الصحية تتميز بخصائص أخرى تتمثل في:
 - وجوب الحفاظ على جودة خدمات صحية دائمة ومستمرة.
 - تتميز بعضها كونها مؤسسات شخصية.
 - احتوائها على كافة التخصصات الطبية.
 - تتسم بنظام متعدد الأهداف.
 - تتسم بالجدية والصرامة.

¹- زايدي مروة، مذكور خولة، مرجع سابق، ص 69.

²-بديسي فهيمة، زويوش بلال، جودة الخدمات الصحية الخصائص، الأبعاد والمؤشرات، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 07، سنة 2011، الجزائر، ص 140.

4-4- الهيكل التنظيمي للعيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة

يعتمد نجاح أي مؤسسة في بناء هيكل تنظيمي ناجح لأنه يعتبر أداة هادفة لمساعدتها على تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية وعدم وجود هيكل تنظيمي جيد ومناسب يؤدي إلى انحراف المؤسسة عن مسارها وأهدافها حيث تصبح العمليات الإدارية تسير بشكل فوضوي لا يستند على أساس علمي متين.

- تعريف الهيكل التنظيمي:

يعتبر الهيكل التنظيمي بمثابة الهيكل العظمي لأي مؤسسة، أو منظمة، حيث أن من شأنه بيان الوحدات التنظيمية التي تتألف منها ضمن مستويات هرمية مرتبطة ببعضها بروابط السلطة التي تتخللها التعليمات، والأوامر، والعلاقات¹.

يعرفه روبنز بأنه: إطار يوضح كيفية تقسيم الأنشطة وتجميعها والتنسيق بينها².

أما بلو يقصد به: توزيع الأفراد بين الأنشطة بعدة طرق حيث يؤثر على علاقات الأدوار بينهم، ويتضمن تقسيم العمل والتخصص وجود رتب وتسلسل³.

يتمثل الهيكل الإداري للمؤسسة العمومية لصحة الجوارية-قائمة في المدير كأعلى هيئة، مكتب التنظيم العام ومكتب الاتصال الذي يحتوي على أربع مديريات:

- مديرية المالية: والتي تنقسم إلى ثلاث مكاتب مكتب الميزانية والمحاسبة، مكتب الصفقات العمومية، مكتب الوسائل العامة والهيكل.

-مديرية الموارد البشرية: والتي تنقسم إلى مكتبين مكتب تسيير الموارد البشرية والمنازعات ومكتب التكوين.

-مديرية المصالح الصحية: والتي تنقسم إلى مكتب الوقاية ونظافة المحيط، مكتب القبول والتعاقد وحساب التكاليف ومكتب تنظيم ومتابعة النشاطات الصحية.

-مديرية الصيانة: والتي تنقسم إلى مكتبين مكتب صيانة التجهيزات الطبية ومكتب صيانة الأجهزة المراقبة.

¹- موضوع، مفهوم الهيكل التنظيمي، دعاء نجار، 23 ديسمبر 2017، 05: 45، <https://mawdoo3.com>

²-حسين حريم، مبادئ الإدارة الحديثة، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان-الأردن، سنة 2010، ص 145.

³-بوهلال فاطيمة، بوقلي زهرة، علاقة الاستراتيجية والهيكل التنظيمي بتحسين فعالية المنظمة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد 07، الجزائر، سنة 2016، ص 12.

كما يتمثل الهيكل التنظيمي للعيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة في:

- المدير
- الطب العام.
- مصلحة الاستعمالات.
- الطب المتخصص في أمراض الدم والأمراض الصدرية.
- جراحة الأسنان.
- مصلحة الولادة.
- مصلحة الأمومة والطفولة.
- المخبر.
- مصلحة الأشعة.

4-5 كيفية ممارسة نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية:

إن من شأن جميع الأنشطة التي تحتاج لها العلاقات العامة أن تتناسق مع ما تم التخطيط المسبق للعمل والإدارة الجيدة بطريقة متفهمة للأهداف تتطلب من مدير القسم أو مسؤوله معرفة أعمال قسمه وأهدافه وتعرفه على المهام المطلوب منه انجازه، وهذا يؤدي ضرورة تعيين شخص مختص لإدارة هذا القسم من أجل إنجاح أعماله وتحقيق الأهداف بشكل مرتب¹.

إن من الصعوبة وضع نظام معين أو تحديد طريقة ثابتة لممارسة نشاط العلاقات العامة في مؤسسة ما، فذلك يختلف من مؤسسة لأخرى حسب اختلاف حجمها، وطبيعة أهدافها ومسؤولياتها وأعمالها، ومدى تفهم الإدارة العليا لأهمية وضرورة نشاط العلاقات العامة، لكن الأهم في مختلف طرق ممارسة وظائف العلاقات العامة أن يكون موقع العلاقات العامة قريباً من الرئيس الأعلى للمؤسسة. وهناك حقيقة لا يمكن تغييرها ولا بد من التأكيد عليها أن ممارسة هذا النشاط في أي مؤسسة هي مسؤولية جميع الموظفين داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

• طرق ممارسة نشاط العلاقات العامة تبعا للعوامل المحيطة (الداخلية والخارجية) المؤثرة على المؤسسة ونشاطها²:

1- في حالة المشاريع والمؤسسات الصغيرة يقوم بمهام ومسؤولية العلاقات العامة صاحب المشروع أو مديره بنفسه.

2- تكوين لجنة للعلاقات العامة تضم عدداً من مديري الإدارات الرئيسية ذات العلاقة ويرأس هذه اللجنة رئيس المؤسسة أو نائبه.

3- توزيع أعمال العلاقات العامة على الأقسام المختلفة كل حسب اختصاصها في مجال عملها.

4- ومن الطرق المهمة لممارسة نشاط العلاقات العامة استحداث جهاز مختص ومستقل يقوم بمهام ومسؤوليات نشاط العلاقات العامة وذلك لتطور مهام وأعمال المؤسسة واتساع حجمها.

إن طبيعة عمل قسم العلاقات العامة في أي مؤسسة يقوم على بذل جهود مستمرة تخلق شعور اجتماعي متبادل للتفاهم بين كافة العاملين وفي جميع المستويات الإدارية، حيث يحقق ذلك حالة من

¹ حسن صالح سليمان القضاة، إدارة العلاقات العامة مدخل في إدارة المستشفيات والخدمة الاجتماعية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، د.ب. ن، سنة 2013، ص70.

² عبد الناصر أحمد جرادات، مرجع سابق، ص205-206.

الاستقرار النفسي ووضوح الواجبات اليومية للعاملين وتوفير مناخ عادي ومعنوي ملائم لهم داخل العمل، حيث يتم ذلك بواسطة الجهود والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة إلى كافة الأقسام الأخرى¹.

4- 6مشكلات العلاقات العامة في المؤسسة الصحية:

على الرغم من المشكلات المتعددة التي كان بإمكان العلاقات العامة حلها، على 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 فعدم توفر معلومات دقيقة عن مدى انتشار هذه الوظيفة في المستشفيات²، إلا أن هذه المشكلات قد يمكن حلها باستخدام العلاقات العامة منها:

- وقوع المستشفيات وكافة أشكال الممارسة الطبية في دائرة الضوء، فالصحف ووسائل الإعلام الأخرى تتناول وبشكل يومي تقريبا الموضوعات والمشكلات الصحية، فلا تخلو صحيفة أو وسيلة إعلامية صوتية أو مسموعة أو مجلة من موضوع أو أكثر يتناول الصحة، فمنها ما يعرض لتشريعات الرعاية الصحية أو للتطورات الحديثة في مجال التغذية الصحية أو يقدم إرشادات للوقاية من الأمراض³.
- ارتفاع تكلفة العلاج في المستشفيات الخاصة لتغطية ارتفاع الكلفة التقنية الطبية الحديثة، مما يؤدي إلى تدمير الأشخاص المحتاجين إلى طلبها وزيادة النقد الموجه لها.
- زيادة التدخل الحكومي بشؤون المستشفيات سواء بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال التأمين والرقابة الصحية.
- استخدام بعض السياسة هذا القطاع وسيلة لتوجيه النقد للممارسات الحكومية.
- زيادة دور المستشفيات في مجالات كانت بعيدة عنها كتحسين الصحة العامة والعلام الصحي، وما يتطلب ذلك من اهتمام بالعلام ووسائله وأساليبه.
- المنافسة على المرضى لتحقيق أعلى نسبة انتقال ممكنة.
- الصورة السلبية المنطبعة في الأذهان عن بعض الممارسات التي تلجأ إليها إدارات بعض المستشفيات الربحية منها وغير الربحية كإجراء الفحوصات المكلفة ماديا دون الحاجة الحقيقية لذلك، أو حجز الأسرة للمعارف والأصدقاء فقط وما إلى ذلك.
- الصراع بين الكوادر الطبية والإدارية في بعض المستشفيات وضعف خطوط الاتصال بينها.

¹- حسن صالح سليمان القضاة، مرجع سابق، ص71.

²- بن زواد شهرزاد، مرجع سابق، ص 75

³- ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص 204.

- وقوع المستشفيات وكافة أشكال الممارسة الطبية في دائرة الضوء، فالصحف ووسائل الإعلام الأخرى تتناول وبشكل يومي تقريبا الموضوعات والمشكلات الصحية.

4-7 مشاكل تسير في المؤسسة الصحية العمومية في الجزائر:

يعاني النظام الصحي الجزائري خصوصا المستشفيات من عدة نواقص ومشاكل تمس عدة جوانب مهمة في المنظومة الصحية بالجزائر، بحيث أصبح اليوم محط انتقادات من قبل المرضى والمستفيدين رغم الجهود المبذولة من طرف الجهات المعنية للحد منها ورفع مستوى الصحة¹ ومن أهم هذه المشاكل نذكر:

1- الجانب التنظيمي: إن الوضعية الصعبة التي تمر بها المؤسسات الصحية العمومية الجزائرية مرتبطة بمشاكل التنظيم والتسيير، وهي اتخاذ القرارات حيث يقتصر دور المسيرين على تنفيذ الميزانيات لا غير، إلى جانب عدم عمل الأجهزة التبشيرية كما ينبغي، بالإضافة إلى عدم القيام بالمراقبة من قبل مدربات الصحة للولايات إلى هذه المؤسسة وفي، كان القيام بها فكرة شكلية فقط الشيء الذي أدى إلى إهمال كبير في هذه المؤسسات وارتفاع تكاليف العمل².

2- الجانب التكويني: انعدام ثقافة التكوين في المستشفيات وذلك ما يظهر جليا من خلال رفض الموظفين الحصص والبرامج الخاصة بالتكوين، واعتبارها مصدر ازعاج لأنها لا تعطي أية مردودية وغير محفزة ولا توجد لها أي نتائج ملموسة كالحصول -مثلا على علاوات وشهادات خاصة³.

- عدم الاهتمام وكثرة التغيب في الحصص التكوينية.

¹ - جديد رزيقة، حميطوس بلعيد، مرجع سابق، ص 78.

² - د. نادية خريف، د. سمية جريان، تسيير المؤسسات الصحية العمومية في الجزائر المعوقات والمتطلبات، ورقة مقدمة للمشاركة في ملتقى وطني الأول حول الصحة وتحسين الخدمات الصحية في الجزائر بين إشكاليات التسيير وهيئات تمويل، جامعة قلمة، الجزائر، ص 7.

³ - جديد رزيقة، حميطوس بلعيد، مرجع سابق، ص 80.

- قلة الهياكل والموارد المالية.

3- الجانب المالي: إيرادات ميزانية هذه المؤسسات مرتبطة بالضمان الاجتماعي والدولة، والموارد الخاصة الآتية من الخدمات الصحية التي تقدمها للمواطنين تبقى ضعيفة جدا، لا تتعدى في أحسن المؤسسات 2% من إجمالي إيراداتها، يرجع ذلك للأسعار الرمزية التي حددتها السلطات لهذه الخدمات مقارنة مع أسعار القطاع الخاص، إلى جانب عدم اهتمام عمال هذه المؤسسات بتحصيلها من جانب آخر لأنهم لا يستفيدون منها إذا ارتفعت¹.

4- ظهور قطاع خاص: لقد نafs القطاع الخاص هذا الجانب مما جعل من امكانياته الناجحة وبدأ ينمو يوما بعد يوم، يجلب أحسن الموارد البشرية التي تتوفر عليها المؤسسات الصحية العمومية بفعل اغراءاته المالية وظروف العمل الجيدة، في هذا القطاع إلى جانب عدم القدرة على مراقبة هذا القطاع رقابة تقنية وعلمية خاصة من جانب اشتراء الأدوية وتجهي ازته الصحية، أي أسعار خدماته مرتفعة جدا مقارنة بمستوى خدماته وبأسعار المؤسسة العمومية².

صيانة: إن الكثير من المؤسسات الصحية تشتغل بأقل بكثير من قدرتها، فالمعدات والتجهيزات الطبية الحديثة المتأنية من انتشار التكنولوجيا الجديدة للتشخيص والعلاج غير مستعملة كما ينبغي، بسبب عدم الاهتمام بصيانتها، إذ كانت تعاني من تعطلات متواترة والذي زاد في إطالة مدتها نقص قطع الغيار مما جعلها دون استعمال لعدة أيام، وما زاد في مشاكل الصيانة في مؤسساتنا هو اعتمادها فقط على صيانة العلاج، وعدم وجود مختصين في ذلك³.

¹- د. نادية خريف، د. سمية جريان، مرجع سابق، ص 7.

²- كسار خالد، تسيير المؤسسات الصحية العمومية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون طبي قسم قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، ص 27.

³- د. نادية خريف، د. سمية جريان، المرجع السابق، ص 08.

4-8 أهم التحديات التي تواجه المؤسسة الصحية:

تواجه المؤسسات الجزائرية كغيرها من الدول العربية العديد من التحديات أهمها:

1- تحديثات تنظيم المستشفيات¹.

- تظهر التحديات التنظيمية في العديد من النقاط يمكن تلخيصها في:

- عدم تحديد الاختصاصات وتداخل التخصصات والمنافسة المهنية.

- تحديثات التحويل والمحاسبة والاقتراض من البنوك.

- تحديثات الاستثمارات.

- تحديثات اتخاذ القرارات الجماعية المثالية وكيفية حل المشاكل.

- تحديثات السلوكيات وفق التعامل مع الغير.

-تحديات ممارسة وظائف المستشفى وإدارة الجودة الشاملة:

- غياب التخطيط الاستراتيجي بالمستشفيات بسبب تعدد الوظائف الداخلية وتزايد الضغوط البيئية وتهديدات الدولة.

- إشراك وتفويض السلطة للموظفين لصنع القرارات.

- اعتماد القرارات في المستشفيات الحكومية على الحقائق من خلال المناهج العقلانية وأدوات قياس الفعالية للأداء.

- التحويل من الطرق الفردية لأداء العمل إلى الطرق الجماعية في ظل عدم التأكيد

- تحديثات أخطاء مزاولة المهنية مثل حالات الوفيات او تدهور حالة المريض.

- تحديثات انخفاض جودة الخدمات الصحية.

- تحديات الجودة وتجسيدها في النظام الصحي:

إن هدف النظام الصحي هو تحسين الصحة ولتحقيق ذلك يجب الاهتمام بتطوير نظام الصحة، وبالجودة في الخدمات، والجودة في الرعاية الصحية، هو تلبية احتياجات المستهلكين، وتعتبر في أساسها عملية من عمليات الاتصال الفعال من مقدمي الرعاية الصحية ومتلقيها، فهذا من أهمية ان يقوم كل عضو من النظام الصحي وكل مستوى من مستويات هذا النظام بممارسة ضمان الجودة وتحسينها ولا يمكن تحقيقها

¹-د. نادية خريف، د. سمية جريان، مرجع سابق، ص 04.

إلا بشمولية جميع مستويات الرعاية الصحية الأولية لكونها هو المستوى الذي يتم فيه الاتصال المباشر مع المستهلكين¹.

4-9 واقع قطاع الصحة في ولاية قالمة:

لا يخفى على أحد أهمية قطاع الصحة في الحياة أي مجتمع لما لها من تأثير على مجالات الحياة، حتى أصبح قطاع الخدمات الصحية مؤشرا حقيقيا على مدى تقدم وتحضر المجتمعات، وكلما كان الفرد يتمتع برعاية صحية أفضل كانت قيمة هذا المجتمع أعلى وأكبر وذلك أن الإنسان العليل يكون أقل إنتاجا وفعالية من الإنسان الصحيح في مجتمعه²، وهذا من أهم الدوافع لدراسة واقع القطاع الصحي في ولاية قالمة فبرغم من أن المؤسسات الصحية لولاية قالمة تقوم بإسقاط مختلف الحالات المرضية من أنحاء متفرقة بالولاية، بالإضافة إلى تمتعها بشخصية المعنوية والاستقلال المالي، إلا أن القطاع الصحي بولاية قالمة يواجه العديد من النقائص التي أثرت على تقديم خدمات لائقة تستجيب ومطالب المواطنين الذين يناشدون المسؤولين بتوفير تغطية صحية لائقة من خلال إنجاز مرافق واستغلال أخرى لاتزال مغلقة برغم من انتهاء الأشغال بها³.

وأسفرت الخريطة الصحية الجديدة على مستوى الولاية على إنشاء عدد هام من المرافق الصحية الجديدة وترميم البعض الآخر عبر مختلف مناطق الولاية، إلا أن عدد الأطباء الملتحقين بتلك الهياكل يبقى غير كاف لتغطية احتياجات المرضى، مما يحول دون إمكانية تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمرضى⁴، فوضع المنظومة الصحية بقالمة يزداد تازما يوما بعد يوم في المستشفيات، يقول عنها الأطباء أنها أصبحت أشبه "بمحتشدات" وأنها تحولت إلى ناقل المرضى، وليس وسيلة للعلاج.

فالقطاع الصحي في ولاية قالمة لا يزال بعيد كل البعد على المستوى المأمول نظرا لعدة عوامل أثرت سلبا عليه، ولعل أهمها عدم القدرة على استجابة الحجم الكافي والنوعي للمتطلبات الصحية المتنامية للسكان وهو ما يعكس ضعف فعاليته، فتحقيق التنمية الصحية يتطلب مشاركة جميع أطراف ذات العلاقة في عملية التخطيط للتنمية المجتمعية.

¹ - جديد رزيقة، حميطوش بلعيد، مرجع سابق، ص 62.

² - أ. سعيدة رحمانية، وضعية الصحة والخدمات الصحية في الجزائر، قسم علم الاجتماع، جامعة المسيلة، الجزائر، ص 265.

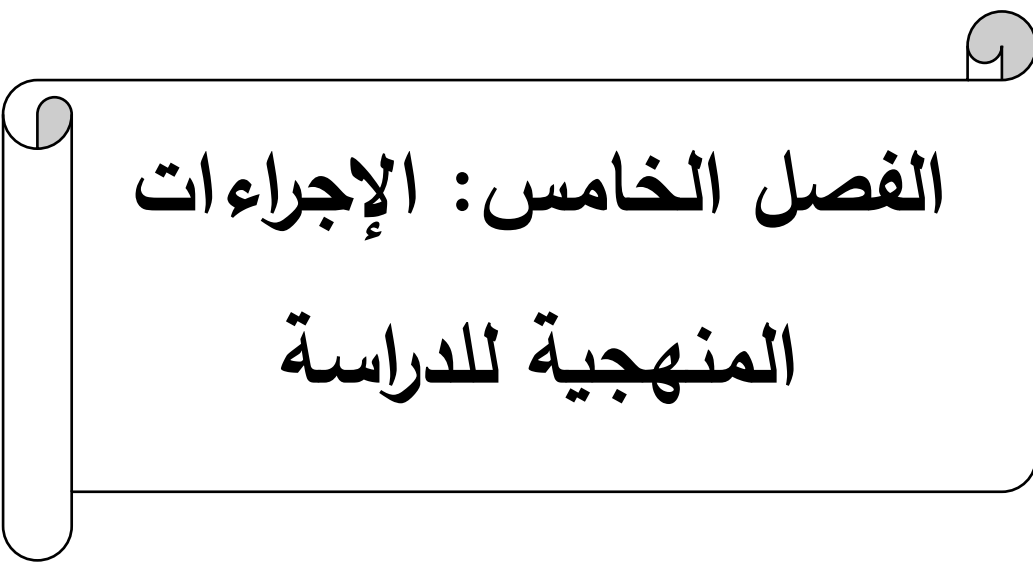
³ - إلياس بكوش، وضع مترد لمستشفيات قالمة يثير الاستياء، جريدة الشعب، يوم 09-03-2022.

⁴ - الصحة المرضية شعار يرفع في مستشفيات قالمة، هنا الجزائر، 14 فبراير 2023.

خلاصة الفصل

تم التطرق في هذا الفصل للمؤسسة الصحية وماهيتها ودراساتها كإحدى المنشآت الهامة في المجتمع الحديث من خلال إسهامها في تقديم الخدمات الصحية بمختلف أنواعها، بهدف رفع المستوى الصحي للبلاد والارتقاء بالقطاع الصحي من خلال ما تقدمه من وظائف بالرغم من كل ما تعانيه من نقائص وتحديات.

الجانب التطبيقي



الفصل الخامس : الإجراءات
المنهجية للدراسة

تمهيد

يتوقف نجاح أي بحث علمي على الطريقة المنهجية المستعملة في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، ويتعلق ذلك أساساً على المنهج المناسب والأدوات والتقنيات العلمية المستخدمة، بالإضافة إلى التحديد الدقيق لمجالات البحث.

5-1 مجالات الدراسة

-المجال المكاني:

التعريف بالمؤسسة ونشأتها

تم إنشاء مؤسسة الصحة العامة المحلية في قالمة بموجب المرسوم التنفيذي يرقم 07/140 بتاريخ 19/05 2007، يتضمن إنشاء وتنظيم وتشغيل مؤسسات الصحة العامة المحلية والمؤسسات الاستشفائية العامة بالولاية.

- الموقع:

تقع عيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة ببوخامة محمد صلاح بومهرة.

تقع شمال بلدية نشماية.

شرق بلدية جبل خميسي.

تحدها من الجنوب بلدية عين صندل.

ومن الغرب بلدية الركنية، وهي تغطي جغرافيا 5 دائرات و 14 بلدية.

- المجال الزمني

يحدد المجال الزمني بالفترة التي تستغرقها الدراسة والتي تمتد من بداية التفكير في مشكلة البحث إلى غاية استخلاص النتائج العامة، وبالنسبة لموضوع دراستنا العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية " دراسة ميدانية كانت بالمؤسسة الصحية، وهي عيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة بومهرة" ، وبعد جمع المراجع شرعنا في كتابة الجزء النظري الذي اكتمل بالتقريب في أواخر شهر مارس 2023 ، ولقد بدأت الدراسة الميدانية بعد الزيارة الاستطلاعية التي قمنا بها في شهر جانفي 2023 حيث اطلعنا على نشاط المؤسسة، بالإضافة إلى الموقع وقد كانت جميع الظروف ملائمة في جمع المعلومات المتعلقة بالمؤسسة كالموقع والفروع وعدد العمال وكذلك حاولنا الاحتكاك ببعض المسؤولين والأطباء من أجل إقامة علاقة ثقة وتعاون.

كما بدأ التطبيق للاستمارة النهائية الخاصة بالجمهور الداخلي للمؤسسة ما بين 10 و 25 أفريل 2023، أما المقابلة فكانت بتاريخ 27 أفريل 2023 بعدها قمنا بالمباشرة في عملية تفرغ البيانات وصياغتها في شكل جداول وأعمدة بيانية، ثم باشرنا في تحليلها وتفسيرها وقد كانت مدعمة بم ا تحصلنا عليه في المقابلة، وفي الأخير توصلنا إلى النتائج النهائية للدراسة .

المجال البشري

يقصد به مجتمع البحث الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة، أي أن المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي¹. والذي يتمثل في عدد العمال داخل المؤسسة الصحية التي أجريت فيها الدراسة، حيث تضم المؤسسة العمومية للصحة الجوارية (العيادة المتعددة الخدمات شلاغمية عمارة-بومهرة) 109 عامل، وقمنا بأخذ 96 عامل مقسمة على ثلاث فئات حسب مجال العمل كما يوضح الجدول الآتي:

الفئة	عدد الأفراد
اداريين	30
أطباء	10
شبه طبي	56
المجموع	96

5-2 عينة الدراسة :

تعرف العينة على أنها: ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً².

كما تعرف أيضاً: مجموعة جزئية من المجتمع الأصلي يجري اختيارها بطريقة معينة وتضم عدداً من عناصر المجتمع ومن هنا ينبغي أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي لكي يتم تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها على المجتمع كاملاً³.

وقد تمثلت عينة الدراسة في 96 عامل تمثل الجمهور الداخلي للمؤسسة تم اختيارها بنسبة 36% وكون مجتمع الدراسة غير متجانس (أطباء، ممرضين، إداريين، قابلات... الخ) استلزم اختيارنا للعينة الطبقيّة العشوائية لضمان دقة تمثيلها لثلاث فئات الموجودة في المجتمع الأصلي.

ويمكن إعطاء تعريف بسيط للعينة الطبقيّة العشوائية والمقصود بها تقسيم عناصر المجتمع إلى طبقات ومن ثم اختيار عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة من تلك الطبقات¹.

¹ - محمد سعيد فرج، لماذا؟ وكيف؟ نكتب بحثاً اجتماعياً، منشأة المعارف، الإسكندرية، سنة 2002، ص 135.

² كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2006، ص 139.

³ - أحمد المعاني، ناصر جرادات، عبد الرحمان المشهداني، أساليب البحث العلمي والإحصاء، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، د.س.ن، ص 86.

وقد تم تقسيم مجتمع البحث إلى ثلاث طبقات اعتمادا على الوظيفة فكانت كالتالي:

*فئة الإداريين: من مختلف المكاتب والمصالح داخل المؤسسة داخل الادارة وبلغ عددهم الكلي 30 فردا.

*فئة الأطباء: وهم الممارسون لمهنة الطب منهم الأخصائيين والأطباء العاملين وقد بلغ عددهم الكلي 10 أفراد.

*فئة الشبه طبي: وهم الممارسون لمهنة التمريض منهم ممرضين مختصين، قابلات.. الخ وبلغ عددهم 56 فردا.

وبذلك قد تشكلت ثلاث طبقات وتم تحديد حجم العينة على أساس 36% كمايلي:

$$\bullet \text{ حجم العينة} = 36\% \div 100 \times 35$$

حيث تمثل 35 عدد الاستمارات, 100 النسبة المئوية, 96 العدد الكلي لأفراد العينة

$$\bullet \text{ عينة الدراسة: النسبة} \times \text{العدد الإجمالي} \div 100$$

$$35 = 100 \div 96 \times 36$$

وتم توزيعهم على الطبقات توزيعا تناسبيا كمايلي:

$$\bullet \text{ فئة الإداريين: } 100 = 36 \times 30 \div$$

$$\bullet \text{ فئة الأطباء: } 4 = 100 \div 36 \times 10$$

$$\bullet \text{ فئة الشبه طبي: } 100 = 20 \div 36 \times 56$$

ويمكن توضيح ذلك في الجدول الآتي:

الفئة	عدد الأفراد	التمثيل
إداريين	30	11
أطباء	10	4
شبه طبيين	56	20
المجموع	96	35

5-3 المنهج المستخدم:

يعد الاختيار السليم للمنهج من الأساليب الناجحة للوصول إلى الأهداف المحددة حول موضوع الدراسة، فالمنهج يقصد به " الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة القواعد العقلية حتى نصل إلى نتيجة معلومة"، وعليه فالمنهج المناسب لدارستنا هذه هو المنهج الوصفي.

ويعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره والوقوف على سماته، ويأتي على مرحلتين:

الأولى: مرحلة الاستكشاف والصياغة التي تحتوي بدورها على ثلاث خطوات هي: تلخيص تراث العلوم الاجتماعية فيما يتعلق بموضوع البحث، والاستناد إلى ذوي الخبرة العلمية والعملية بموضوع الدراسة، ثم تحليل بعض الحالات التي تزيد من استبصارنا بالمشكلة وتلقي الضوء عليها.

والمرحلة الثانية: هي مرحلة التشخيص والوصف وذلك بتحليل البيانات والمعلومات التي تم تجميعها تحليلًا يؤدي¹ إلى الوقوف على العلاقة بين المتغيرات وتقديم تفسير منطقي ومناسب لها.

وإن طبيعة موضوع بحثي جعلتني أعتد بالمنهج الوصفي التحليلي وهذا لعدة اعتبارات:

- أن هذه الدراسة تتلاءم مع المنهج الوصفي التحليلي لأنها تريد وصف ظاهرة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية.
- كما نستطيع من خلال هذا المنهج الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها، والاستفادة منها في البحث.
- هذا المنهج لا يقف عن مجرد وصف الظاهرة موضوع البحث فقط، بل يسعى إلى تحليلها إلى العناصر التي تتألف منها، ولإتمام ذلك اتبعت الأسس التالية: استغنت بكافة الطرق المستخدمة للحصول على البيانات لضمان أكبر قدر من المعلومات من خلال الأدوات، ملاحظة، مقابلة، استمارة.
- استعنا بالوصف الكمي والكيفي لجوانب الظاهرة المدروسة، بالإضافة إلى محاولة التعرف على الأسباب وتحليل ذلك .

¹ - محمدزيان، منهج البحث العلمي وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، ص 97.

5-4 أدوات جمع البيانات

للحصول على بيانات أو معلومات حول موضوع معين لابد أن يلجأ الباحث أثناء دراسته إلى أدوات بحث للوصول إلى مبعثه، وتختلف هذه الأدوات من أداة لأخرى والتي تتمثل في كل من الملاحظة، الاستبيان، المقابلة وغيرها من الأدوات التي تتعدد وتختلف باختلاف الدراسات. وقد تم الاعتماد في دراستنا على من الملاحظة، المقابلة، الاستمارة، وكل من الوثائق والسجلات.

1-الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من الوسائل المهمة في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ونظرا لأهميتها فقد تم الاعتماد عليها في العديد من المجالات والبحوث عبر مختلف العصور والأزمنة.

تعرف الملاحظة على أنها: إحدى أدوات البحث العلمي التي تستخدم في جمع المعلومات المرتبطة بالظاهرة محل البحث أو الدراسة¹.

وهناك من يعرفها بأنها: المشاهدة الحسية المقصودة والمنظمة والدقيقة للبحوث والأمور والأشياء والظواهر والوقائع بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها².

كما تعرف أيضا على أنها: مشاهدة السلوك كما هو عليه في الواقع، سواء بالحواس المجردة أو بالاستعانة بالألات، ثم تسجيله بالكتابة أو التصوير أو على أشرطة أو مجرد التعبير عنه شفاهة³.

وقد قمنا باستخدام تقنية الملاحظة في هذه الدراسة من خلال الزيارات المتعددة التي قمنا بها إلى ميدان الدراسة، حيث لاحظنا العلاقات السائدة داخل العيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة من خلال التعاملات اليومية مع مجتمع البحث، فقد كانت علاقات جيدة بين العاملين داخل المؤسسة الصحية من مختلف الفئات سواء الإداريين أو الأطباء أو الشبه طبيين تغمرهم روح التعاون والاحترام والتقدير.

كما تميز الجو العام بالهدوء وذلك لقلّة الإقبال الذي تشهده العيادة.

¹- عبيد مصطفى، مهارات البحث العلمي، مركز البحوث والدراسات متعدد التخصصات، إسطنبول، سنة 2023، ص 103.

²- عمار بخوش، مناهج البحث وطرق إعدادها، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، سنة 1999، ص 10.

³- عبد الرحمان سيد سليمان، مناهج البحث، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2014، ص 217.

2-المقابلة:

تعرف المقابلة على أنها:الاستبار أو الواجهة أو المعاينة أو الاستجواب وهي تقوم على الاتصال الشخصي أو الاجتماع وجها لوجه بين الباحث والمبحوث وتحدث مناقشة ومحادثة موجهة من أجل جمع البيانات التي يريد الباحث للحصول عليها¹.

تعرف أيضا بأنها:محادثة أو حوار موجهة بين الباحث من جهة أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، بغرض الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة يحتاج الباحث الوصول إليها بضوء أهداف بحثه².

كما تعرف أيضا:عبارة عن تفاعل لفظي يسمح للمبحوث بتخطي حدود الإجابة المجردة على أسئلة الباحث إلى الحرية الكاملة في الإجابة على الأسئلة بالطريقة التي يراها، والتعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته³.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المقابلات المفتوحة حيث سمحت لنا بربط علاقة ثقة مع مختلف العمال داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة وكان اختيارنا للمدير الفرعي للمؤسسة الصحية وذلك لحسن التعامل والاستقبال الذي حطينا به من طرفه.

• المدير الفرعي لصيانة الأجهزة الطبية والمراقبة لها: لقد كانت أول مقابلة يوم 7ماي على الساعة 14:00أفادنا فيها بمعلومات حول الوسائل الاتصالية الموجودة داخل المؤسسة الصحية.

أما المقابلة الثانية كانت يوم 11ماي على الساعة 15:00والتي أفادنا فيها بمعلومات حول علاقته بالمدير والموظفين داخل المؤسسة، وحول استشارة الإدارة العليا له في اتخاذ قراراتها الإدارية حيث أجابنا بأنها تشركه في قراراتها وذلك في خصوص الأمور التي تتعلق ب تسيير المؤسسة.

كما أخبرنا أن الاستدعاءات في الحفلات والأنشطة هو المشرف عليها وذلك من خلال التكريمات التي تكون على عاتق الإدارة في حدود الإمكانيات المالية، وتكون تلك الكريمات المالية من كل فئة حسب الخدمات المقدمة وتأثر ايجابيا على الموظفين كما تخلق روح التنافس بينهم.

3-الاستمارة: تعد استمارة الاستبيان أو الاستبانة من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا مقارنة بالأدوات الأخرى، وذلك بسبب اعتقاد كثير من الباحثين أن الاستبيان لا تتطلب منهم إلا جهدا يسيرا في تصميمها وتحكيمها وتوزيعها وجمعها.كما تعتبر الاستمارة إحدى الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو

¹- أحسن عبد الحميد رشوان، أصول البحث العلمي،مؤسسة شباب الجامعة،الإسكندرية-مصر، سنة2003، ص156.

²- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب،الطبعة الثالثة،اليمن، سنة 2019، ص141.

³- سعاد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي،دار أسامة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى ،عمان-الأردن ، سنة 2019، ص157.

أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه الأسئلة المحددة المعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة¹.

تعرف الاستمارة على أنها: أداة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين أو ظاهرة محددة وذلك في ضوء مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوثين الذين توجه لهم استمارة الاستبيان الإجابة عليها².

كما تعرف أيضاً: تصميم فني لمجموعة من الأسئلة تحتوي على أبرز نقاط موضوع البحث بحيث تقدم إلى عينة عشوائية من المجتمع للإجابة عنها، ويجب أن تكون هذه العينة ممثلة لكافة الطبقات أو الطبقة المراد بحثها، ويجب أن تكون لكل عينة فرصة الاختيار دون أن يكون هناك تحيز لفرد دون آخر، وبقدر ما تكبر العينة بقدر ما تقترب من المجتمع الحقيقي الذي تمثله وهذا ما يؤدي بالوصول إلى تعميمات جيدة³.

وقد تضمنت استمارة هذه الدراسة على أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة وأخرى شبه مغلقة وقد تم تقسيم هذه الاستمارة إلى أربعة محاور وكانت كالتالي:

المحور الأول: 6 أسئلة حول البيانات الشخصية المتعلقة بمجتمع البحث حيث تعرفنا من خلالها على: الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، نوع الوظيفة، الأقدمية، المستوى التعليمي.

المحور الثاني: ويتضمن 8 أسئلة حول مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية وطبيعة العلاقات بين الموظفين.

المحور الثالث: ويتضمن 6 أسئلة حول الوسائل الاتصالية داخل المؤسسة الصحية والأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة لمختلف موظفيها.

المحور الرابع: ويتضمن 4 أسئلة حول العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة.

وقبل التطرق لتوزيع الاستمارة النهائية على مجتمع البحث تم عرضها على الأستاذ المشرف واختبارها أولاً على فئة قليلة من مجتمع البحث بهدف معرفة مدى ملائمة الأسئلة ومدى وضوحها على العينة المراد دراستها.

4- الوثائق و السجلات :

¹-سعاد سلمان المشهداني، مرجع سابق، ص 170.

²- فوزي غرايبية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الخامسة ، عمان، سنة 2010، ص 71.

³- ربيعة نبار، الاستمارة في البحث العلمي ، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية ، العدد 1، جوان 2022، الجزائر، ص 49.

تعتبر الوثائق والسجلات الإدارية من بين أهم أدوات جمع البيانات والمعلومات حول موضوع معين، وهي من بين مصادر المعلومات الداخلية النابعة من داخل المؤسسة، بحيث يقوم الباحث بجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة من وثائق التي يحصل عليها من المؤسسة محل الدراسة ، كما يمكن اعتماد هذه الوثائق كملاحق في نهاية البحث¹.

ومن الزيارات المتعددة للعيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة ، حصلنا على بعض الوثائق والسجلات التي تحتوي على بعض البيانات والمعلومات الضرورية للبحث تمثلت في :

-الهيكل التنظيمي والإداري للمؤسسة الصحية.

-بيانات حول الموارد البشرية داخل المؤسسة الاطلاع على القائمة الاسمية للموظفين داخل المؤسسة ومعرفة جداول العمل الخاصة بهم.

¹أويابة صالح، أدوات جمع البيانات والمعلومات في الدراسة الميدانية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية المتعلقة بالجانب الميداني للدراسة، حيث تم التطرق إلى مجالات الدراسة المتمثلة في المجال المكاني الذي تم من خلاله التعريف بالعيادة متعددة الخدمات، محل الدراسة، وإلى المجال الزمني الذي تم التطرق فيه للفترة التي تمت فيها الدراسة، والمجال البشري الذي تم التطرق فيه حول العدد الإجمالي للعمال داخل المؤسسة الصحية، ثم التطرق لعينة الدراسة التي اعتمد فيها على العينة الطبقية العشوائية وقسمت إلى ثلاث فئات كمايلي: فئة الإداريين، الأطباء، الشبه طبيين. ثم التطرق لأدوات جمع البيانات التي تمثلت في كل من الملاحظة، المقابلة، الاستمارة، الوثائق والسجلات.

ويمكن اعتبار هذا الفصل كقاعدة صلبة يعتمد عليها في عرض وتحليل البيانات وتفسيرها واستخلاص أهم النتائج في الفصل الموالي.

**الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية
للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة**

تمهيد:

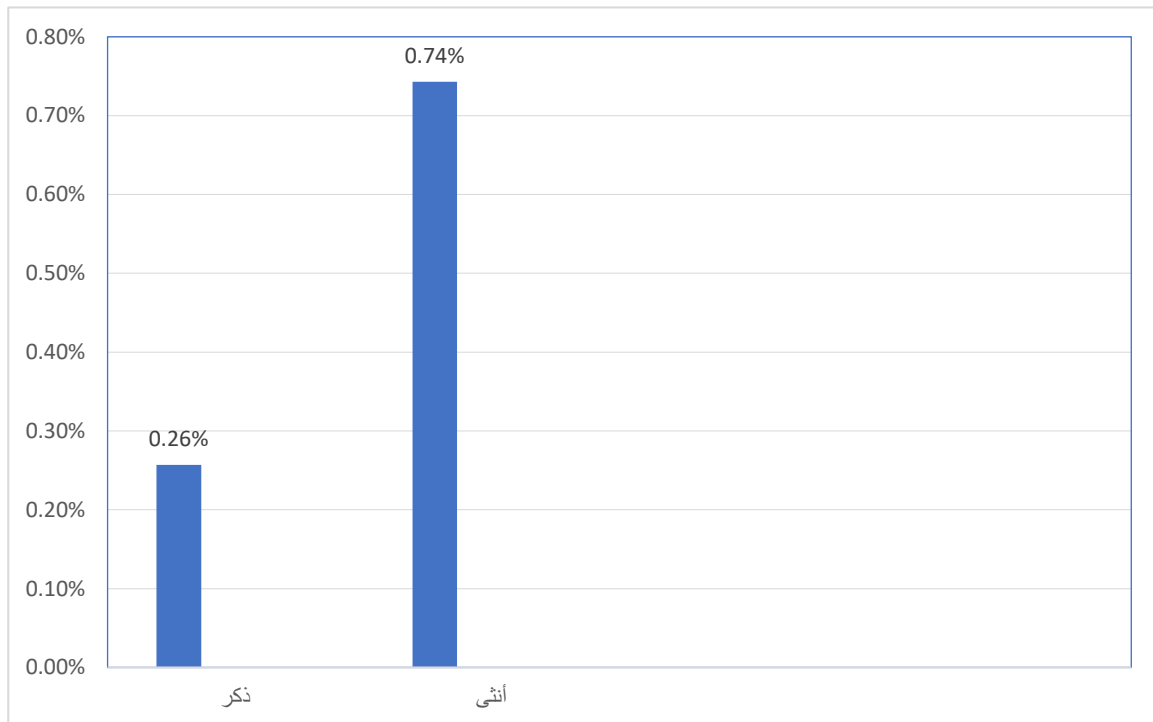
لقد تم التطرق في الفصل الأخير من الدراسة لعرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الجانب الميداني والتعليق عليها، وتعد هذه المرحلة من أساسيات البحث العلمي ومقتضياته، وهذا لأهمية البيانات المتحصل عليها وعلاقتها بمشكلة البحث وأهدافه وفروضه، وحاولنا في الدراسة هذه التحصل على بيانات كمية وأخرى كيفية، أما الكمية فكانت في شكل جداول تضمنت نسبة مئوية منها البسيطة المتعلقة بالبيانات الخاصة بسؤال واحد في الاستمارة، ومنها المركبة المتضمنة لسؤالين، وأما الكيفية فتتعلق بوصف الجداول وتحليل البيانات وتفسيرها والتعليق عليها ومحاولة ربطها مع بعضها البعض وبما جاء في الإطار النظري للدراسة ثم استخلاص النتائج.

6-1 عرض الجداول والتعليق عليها:

- عينة الدراسة

الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة%
نكر	9	25.71%
أنثى	26	74.28%
المجموع	35	100%



يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين هم من فئة الإناث، حيث بلغت نسبتهم في المؤسسة بنسبة 74.28% بمعدل تكرار 26 أنثى، في حين بلغت نسبة الذكور 25.71% بمعدل 9 ذكور فقط من مجموع أفراد العينة، ولعل هذا التفاوت راجع إلى اتجاه الإناث للمجال الصحي أكثر من المجالات الأخرى، وطبيعة العمل في المؤسسة الصحية لأن فئة الإناث غالباً ما تكون قادرة على التكيف في عمل التمريض لأنها تمارس بدورها وظيفة اللباقة والصبر في تعاملها مع الجماهير سواء داخل أو خارج المؤسسة. ولكن هذا لا ينفي نسبة الذكور وضرورة وجود هذه الفئة في المؤسسة نظراً لأهمية هذه الفئة وعملها في مختلف التخصصات.

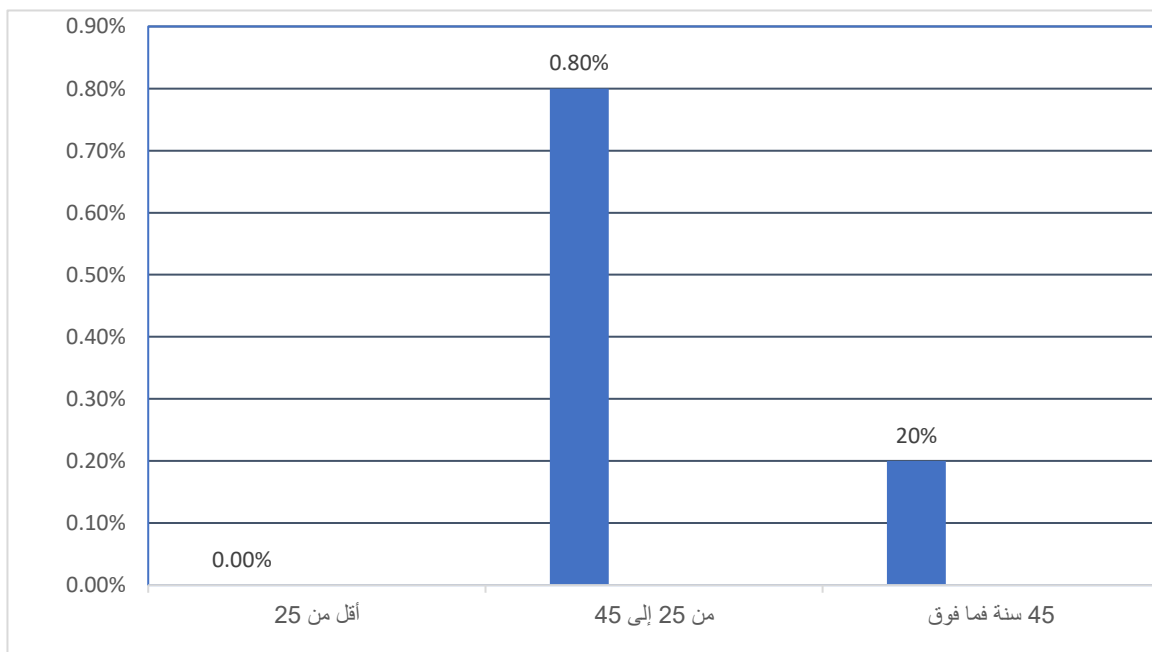
الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة %
أقل من 25	0	%0
من 25 إلى 45	28	%80
45 سنة فما فوق	7	%20
المجموع	35	%100

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من الفئة هي من (25 إلى 45) بمعدل تكرار 28 أي بنسبة 80%، ثم تليها فئة من 45 سنة فمت فوق بنسبة 20% بمعدل تكرار 7، أما الفئة الصغيرة أي أقل من 25 سنة كانت بنسبة 0% أي منعدمة تماما وذلك راجع لطبيعة العمل في المؤسسة الصحية والذي يتطلب بدوره على التكوين والدراسات العليا، بالإضافة إلى صعوبة الحصول على وظائف في هذا السن.

ومن خلال قراءة البيانات أعلاه يمكن القول، أن أغلبية أفراد العينة يمتلكون الخبرة في مجال عملهم وهو ما يزيد من درجة وعيهم، كما أن هذا يسمح للعمال كذلك بإقامة علاقات مختلفة مع بعضهم البعض وكذلك مع رؤسائهم وأداء عملهم بكل دقة ومصداقية.



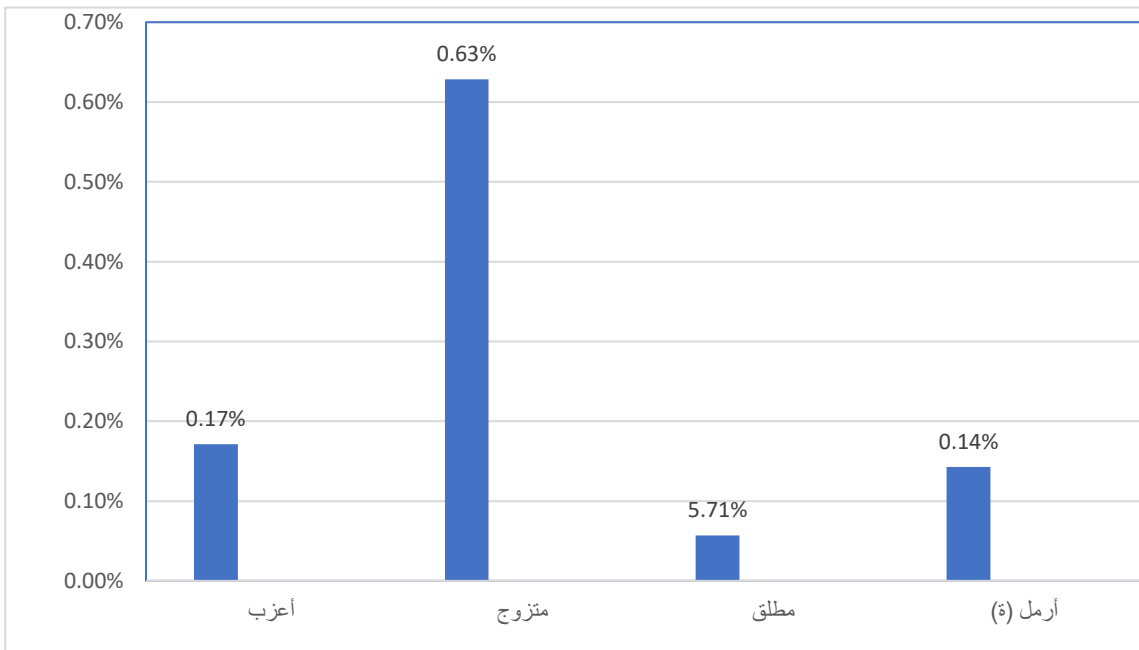
الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول رقم 03: يبين الحالة الاجتماعية

النسبة%	التكرار	الحالة الاجتماعية
17.14%	6	أعزب
62.85%	22	متزوج
5.71%	02	مطلق
14.28%	5	أرمل (ة)
100%	35	المجموع

من خلال الجدول رقم 03 والذي يمثل الحالة الاجتماعية نلاحظ أن أغلبية مجتمع البحث متزوجون، وقد قدرت نسبة هذه الفئة بـ 62.85% أي بمعدل تكرار 22، وهذا يعطي انطباع أنهم يتمتعون بروح المسؤولية في العمل إذ أحس تحفيزهم، ومن ناحية أخرى قدرت نسبة الغير متزوجين بـ 17.14% أي بمعدل تكرار 6، في حين بلغت نسبة الأرمال 14.28%، أما المطلقين فلم تتجاوز نسبتهم 5.71% وهي أقل نسبة في مجتمع البحث.

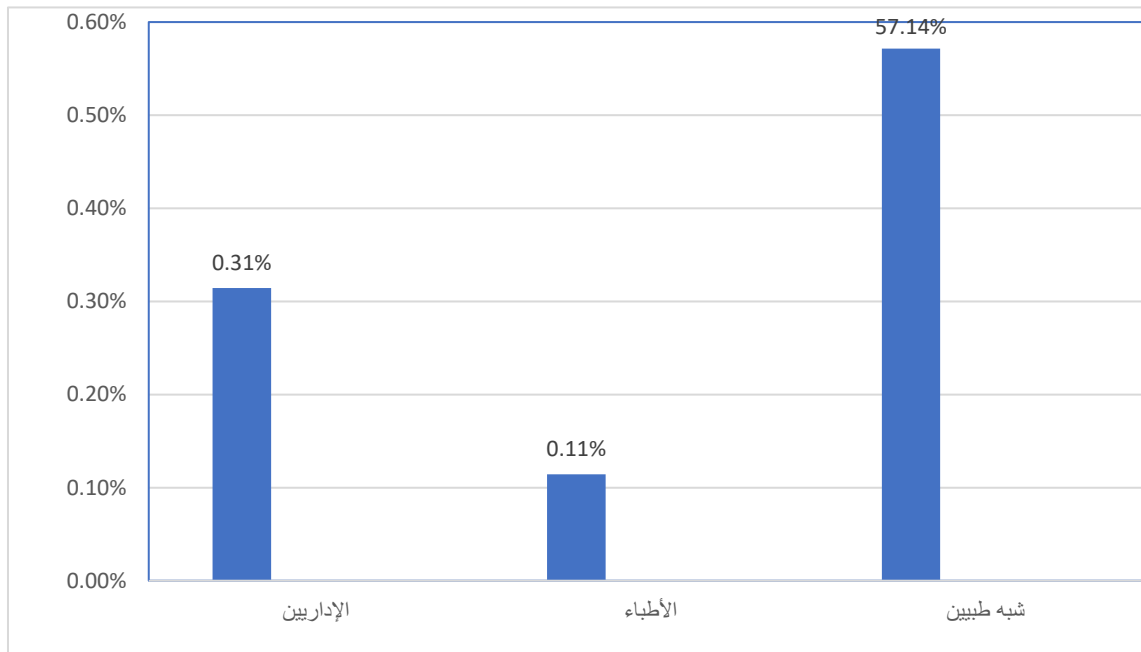
ومما سبق نستنتج أن الحالة الاجتماعية على العموم جيدة، وقد يرجع ذلك إلى رضا العمال عن العمل وهذا قد يؤدي بالعامل إلى الابداع في عمله مستقبلا.



الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة.

نوع الوظيفة	التكرار	النسبة %
الإداريين	11	31.42%
أطباء	4	11.42%
شبه طبي	20	57.14%
المجموع	35	100%



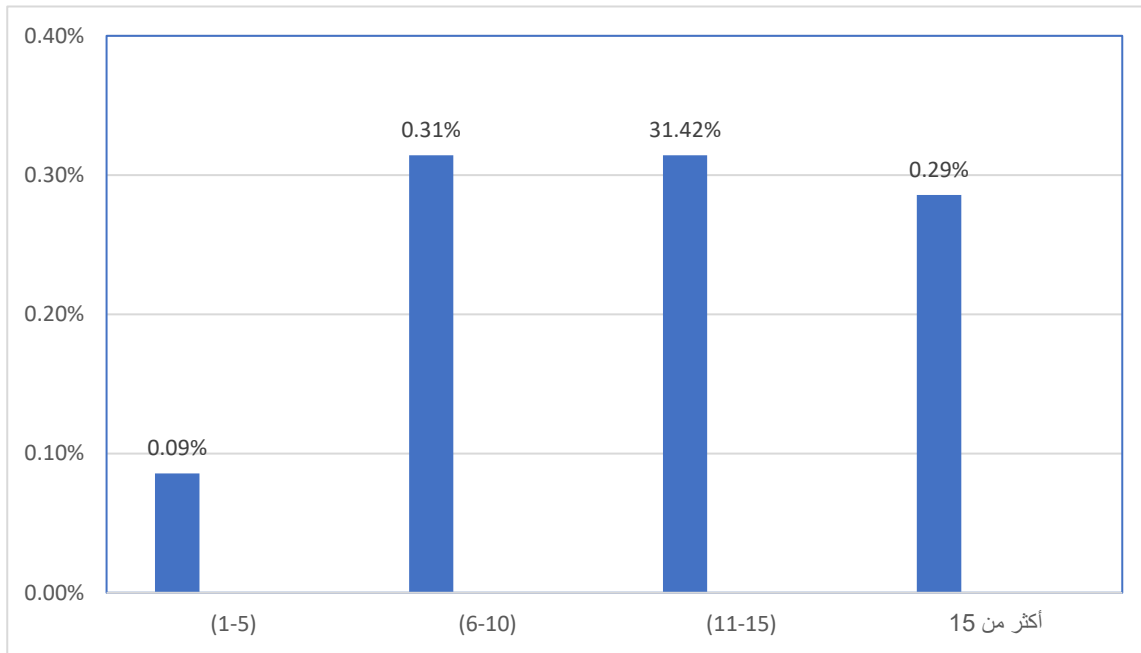
يتبين لنا من الجدول رقم 04 والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة أن أغلب المبحوثين هم الشبه طبيين، حيث بلغت نسبتهم في المؤسسة بـ 57.14% أي بمعدل تكرار 20، وهذا راجع إلى طبيعة العمل في المؤسسة الصحية كونها تضم عدد كبير من طاقم الشبه الطبي، ثم تليها فئة الإداريين بنسبة 31.42% أي بمعدل 11 اداري، أما فئة الأطباء نجدها ضئيلة بعض الشيء مقارنة بالفئات الأخرى حيث بلغت نسبة 11.42% أي بمعدل 4 أطباء.

ومن خلال قراءة البيانات أعلاه يمكن القول بأن الوظيفة التي يشغلها الفرد في المستشفى من شأنها التأثير على طبيعة تكوين علاقاته وامتدادها، وبالتالي على ممارسة العلاقات العامة لأن المركز هو الذي يحدد اتصالات الفرد وعلاقاته ونوع الأعمال التي يقوم بها، وكذا حجم الأفراد الذين يتعامل معهم.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل

الأقدمية	التكرار	السنة %
(5-1)	3	8.57%
(10-6)	11	31.42%
(15-11)	11	31.42%
أكثر من 15	10	28.57%
المجموع	35	100%



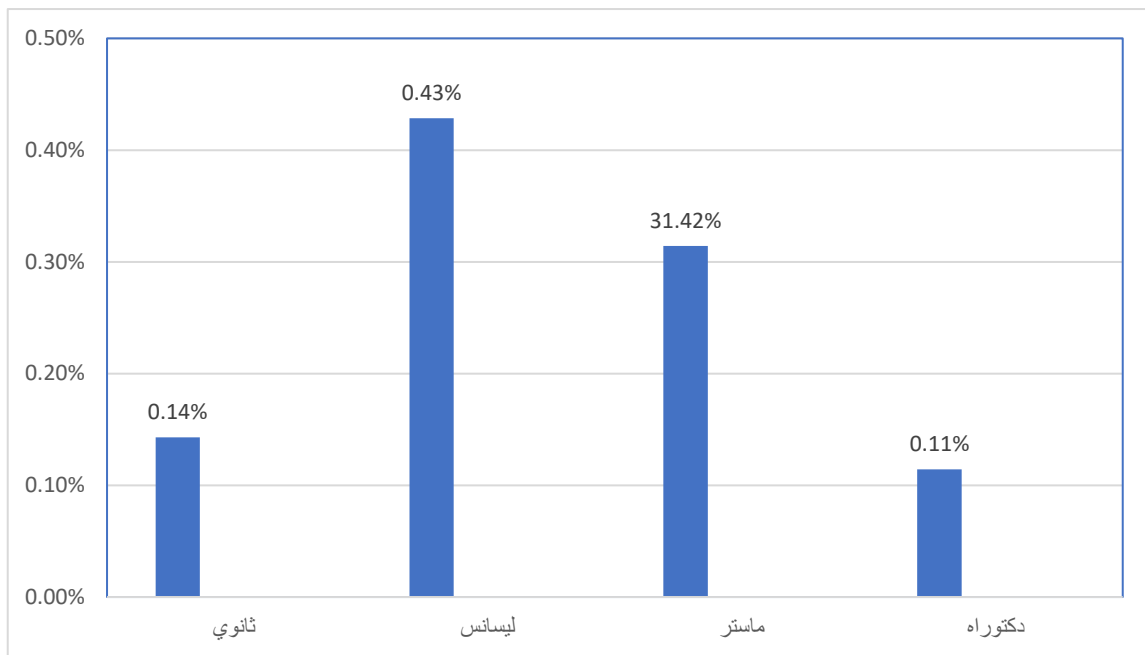
يوضح لنا الجدول رقم 05 والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية أن هذه الأقدمية من (6-10) ومن (15-11) حصلوا على نفس النسبة وهي 31.42% أي بمعدل 11، ثم تليها فئة الأكثر من 15 بنسبة 28.57% أي بمعدل 10 أشخاص، أما الأقدمية من (5-1) سنوات فإن نسبتها تعد ضئيلة مقارنة بالنسبة الأخرى حيث قدرت ب 8.57% وهذا يعود لعدم فتح فرص جديدة للعمل.

ومن خلال البيانات الموضحة لنا يمكن القول أن الفترة التي يقضيها الفرد في المؤسسة تساعده في تكوين علاقات داخل المستشفى، كما تبين لنا أن عدد كبير من أفراد العينة قدامى داخل المؤسسة وبالتالي امتلاكهم الخبرة في مجال عملهم، بالإضافة إلى علاقاتهم واتصالاتهم، وهذا ما يضيف على اجابتهم نوع من الدقة والشمول.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول رقم 06: يبين توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ثانوي	5	14.28%
ليسانس	15	42.85%
ماستر	11	31.42%
دكتوراه	4	11.42%
المجموع	35	100%



من خلال ما لحضناه في الجدول 06 تبين لنا أن الباحثين ذوي مستوى تعليمي مرموق، حيث يمثل الحاصلون على شهادة الليسانس أعلى نسبة قدرت بـ 42.85% أي بمعدل 15، ثم تليها نسبة الحاصلون على شهادة الماستر بنسبة 31.42% أي بمعدل 11، فتليها نسبة الحاصلون على تعليم ثانوي بنسبة 14.28%، أما الحاصلون على الدكتوراه لم تتجاوز نسبتهم 11.42% وذلك راجع إلى صعوبة الحصول عليها كونها أعلى الشهادات ومن الصعب الوصول إليها.

ومما سبق نستنتج أن أغلبية أفراد المؤسسة يمتلكون مستوى علمي يمكنهم من تفعيل اتصال دائم فيما بينهم، وهذا من شأنه أن يساعد على إقامة علاقات حسنة داخل المؤسسة وهو مؤهل يزيم من درجة وعيهم بكل أنشطتها، كما يعد المستوى التعليمي معيارا هاما من معايير تقدم المجتمع في شتى مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية وأهم معيار في تقدم المؤسسات وازدهارها.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

المحور الثاني: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية

الجدول رقم 07: يبين توزيع المبحوثين حسب فهمهم للعلاقات العامة

النسبة %	التكرار	ماذا تعني لك العلاقات العامة
37.14%	13	عملية اتصال
22.85%	8	عملية تكامل وتناسق
11.42%	4	عملية الضرورة الحتمية
28.57%	10	عملية إدارية
100%	35	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا بأن نسبة 37.14% من المبحوثين يرون بأن العلاقات العامة نشاط أو عملية اتصالية، بينما يرى بنسبة 28.57% من المبحوثين بأنه عملية إدارية، كما يرى بنسبة 22.85% من المبحوثين أن العلاقات العامة هي عملية تكامل وتناسق، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين أقرروا أن العلاقات العامة هي عملية الضرورة الحتمية بنسبة 11.42% وهي الأقلية.

ومنه يمكن القول أن مفهوم العلاقات العامة عند أغلبية المبحوثين يقتصر على عملية الاتصال سواء كان الداخلي أو الخارجي، فالإتصال هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص لآخر أو من جماعة لأخرى كما أنه يؤثر على ادراكاتهم واستجاباتهم.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول رقم 08: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير احتواء المؤسسة على مكتب أو قسم خاص بالعلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %	في حالة الإجابة ب لا	التكرار	النسبة %
لا	23	62.85%	خلل اداري	8	36.36%
			عدم فهم الإدارة لمصطلح العلاقات العامة	9	40.90%
			بدون إجابة	5	22.72%
			المجموع	22	100%
نعم	13	37.14%			
المجموع	35	100%			

نلاحظ من خلال الجدول 08 أن نسبة 62.85% من المبحوثين صرحوا ب لا بأن المؤسسة الصحية لا تحتوي على مكتب أو قسم خاص بالعلاقات العامة وتليها الفئة التي صرحت بتوفير هذا المكتب والممثلة في 37.14% من مجتمع البحث، وما يفسر الفئة التي أجابت بنعم أنه ليست لها معرفة تامة بمعنى العلاقات العامة أو عدم اجابتها بمصادقية تامة ومحاولة إعطاء المؤسسة الصورة المثالية وتجميل الواقع، أما الفئة التي أجابت بعدم توفر قسم أو مكتب خاص فقد بررت ذلك بأسباب مثل عدم فهم الإدارة لمصطلح العلاقات العامة وأخرى إدارية حيث كانت نسبة المبحوثين الذين يرون أن السبب هو عدم فهم الإدارة لمصطلح العلاقات العامة هو 40.90% أما نسبة الذين يرون أنه خلل اداري قدرت ب 36.36% في حين وجدنا بعض المبحوثين لم يقدموا إجابة بنسبة 22.72% وهذا راجع إما بهدف التستر عن المؤسسة أو عدم معرفة الأسباب.

الجدول رقم 09: يوضح من يتولى مهام العلاقات العامة في المؤسسة (وهذا الجدول يعبر عن العينة التي أجابت ب نعم في الجدول 08).

النسبة %	التكرار	من يتولى مهام ع. ع في المؤسسة
46.15%	6	المسؤول الإداري
53.84%	7	موظف مكلف (وثائقي) أمين محفوظات
100%	13	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 09 الذي يوضح من يتولى مهام العلاقات العامة في المؤسسة الصحية بالنسبة للفئة التي أقرت بوجود قسم العلاقات العامة في الجدول رقم 09، حيث صرح المبحوثين بنسبة 53.84% أن المسؤول الإداري هو من يتولى المهام، في حين صرح بنسبة 46.15% منهم أن الموظف المكلف أمين المحفوظات هو من يتولى مهام العلاقات العامة، وهذا يوضح كما ذكرنا سابقا في التعليق على الجدول رقم 08 أن هذه الفئة من المبحوثين إما أنهم ليسوا على علم تام بمعنى العلاقات العامة، حيث اعتبروا أن كل من يساهم في عملية الاتصال والتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي هو بطبيعة الحال من يتولى مهام العلاقات العامة، أو قد يكون هذا راجع إلى توفير مسؤول وعدم توفير مكتب خاص به.

الجدول رقم 10: يوضح توزيع العينة حسب متغير نوعية عمل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة الصحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
جيد جدا	6	17.14%
جيد	9	25.71%
سيء	13	37.14%
سيء جدا	7	20%
المجموع	35	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين أي بنسبة 37.14% يرون بأن جهاز العلاقات العامة سيء، وبنسبة 20% من المبحوثين أقرروا على أنه سيء جدا، ومن هنا يمكننا القول بأن الأكثرية من المبحوثين ينظرون إلى جهاز العلاقات العامة في المؤسسة الصحية نظرة سلبية وأنه لا يعمل، في حين الفئة التي أجابت بأنه يعمل جيدا كانت بنسبة 25.71% والفئة التي أجابت بأنه يعمل جيد جدا كانت بنسبة 17.14%.

مما سبق نستنتج أن مجتمع البحث منقسم إلى فئتين فئة تنظر إلى أن جهاز العلاقات العامة لا يعمل في المؤسسة الصحية ذلك كونها لا تحتوي على مكتب خاص بالعلاقات العامة وعدم وجود مسؤول خاص بها يقوم بحل مشاكلها والتوجه إليه عند الحاجة، بينما الفئة الثانية فهي ترى أن قسم العلاقات العامة يعمل بصورة جيدة في المؤسسة وذلك مقتصر على حسب مفهومهم للعلاقات العامة.

الجدول رقم 11: يوضح أهمية وجود العلاقات العامة في المؤسسة الصحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة	في حالة الإجابة ب لا	التكرار	النسبة
لا	7	%20	غير ضرورية	7	%100
نعم	28	%80	المجموع	7	%100
المجموع	35	%100			

يوضح لنا الجدول رقم 11 الذي يوضح لنا أهمية وجود قسم العلاقات العامة في المؤسسة الصحية أن نسبة 80% من المبحوثين صرحوا بضرورة وجود قسم خاص بالعلاقات العامة حيث عبروا عن حاجتهم إلى هذا القسم لتحسين ظروفهم والاهتمام بمشاكلهم ومحاولة حلها، كونها تقوم كذلك بتنظيم اتصالاتهم بالإدارة وضمان انسياب المعلومات ووصولها إلى كافة الأقسام من جهة وجميع الموظفين من جهة أخرى.

وفي المقابل نجد أن نسبة 20% من المبحوثين لا يعطون أهمية لوجود قسم العلاقات العامة وحسب تبريرهم أنه غير ضروري، وفي رأيهم بأن العامل مطالب بإنجاز عمل معين وهو فقط مسخر لذلك ولا يحتاج لإقامة علاقات مع غيره أو الاهتمام بهذه العلاقات.

الجدول رقم 12: يوضح طبيعة علاقة المبحوثين بمدير المؤسسة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
جيدة جدا	14	%40
جيدة	13	%37.14
سيئة	4	%11.42
سيئة جدا	4	%11.42
المجموع	35	%100

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 40% من المبحوثين صرحوا أن علاقتهم بمدير المؤسسة جيد جدا، في حين صرح 37.14% من المبحوثين بأنها جيدة، بحيث يمكننا القول بأن أغلبية المبحوثين علاقتهم مع المدير تتراوح بين جيدة وجيدة جدا، وهذا يكون راجع إلى احتكاك المدير مع الموظفين الموجودين في المؤسسة، في حين بلغت نسبة الذين يرون أنها سيئة وسيئة جدا بنسب متساوية وهي 11.42% لكل فئة منهم وهذا راجع إلى تهميش فئة من عمال المؤسسة من طرف المدير.

ومنه يمكن القول أن مدير المؤسسة على اتصال دائم بموظفيها الذين تربطهم معه مصالح مشتركة، إلا أنه يمكن أن يكون هناك نوع من العنصرية أو تهميش فئة المرضى خاصة من طرف المدير كونها لا توجد مصالح مشتركة بينهم، والتواصل بينهم شبه منعدم.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول رقم 13: يوضح توزيع المبحوثين حسب مشاركة المدير لقراراتهم

الاحتمالات	التكرار	النسبة%	في حالة الإجابة ب نعم	التكرار	النسبة%
نعم	18	51.42%	بالتنسيق معه	8	44.44%
			الشورى وطرح وجهة نظر	6	33.33%
			التواصل المباشر	4	22.22%
لا	17	48.57%	المجموع	18	100%
المجموع	35	100%			

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا أن عدد المبحوثين الذين أجابوا بنعم بلغت نسبتهم 51.42% وبلغت نسبة الذين أجابوا ب لا 48.57% وهي نسبة متقاربة بعض الشيء، في حين قالت النسبة التي تشارك المدير بالقرارات يكون ذلك إما عن طريق التنسيق معه، أو الشورى وطرح وجهة نظر أو التواصل المباشر، أما الفئة التي أجابت ب لا فهذا يكون راجع إلى الخوف من عدم الاكتراث بقراراتها والخوف المستمر من الرفض، وهذا ما يدل على عدم وجود الراحة والتواصل مع المدير بالإضافة إلى المركزية والتي اتسمت بها مؤسستنا الجزائرية.

الجدول رقم 14: يوضح إذا كان يعطي للمبحوثين الفرصة في تقديم آرائهم والتعبير عنها

الاحتمالات	التكرار	النسبة%	في حالة الإجابة ب لا	التكرار	النسبة%
لا	8	22.85%	البعد عن الإدارة والمدير	4	50%
			عدم وجود ثقافة شورى	4	50%
نعم	27	77.14%	المجموع	8	100%
المجموع	35	100%			

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة تحصلت عليها فئة نعم حيث قدرت ب 77.14% أما الفئة التي أجابت ب لا فنسبتها 22.85% والتي كانت ترى بأن الأسباب هي البعد عن الإدارة والمدير، بالإضافة إلى عدم وجود ثقافة الشورى وهذا ما لاحظناه من خلال الإجابات السابقة، أما فيما يخص المبحوثين الذين أجابوا بنعم تعطى لهم الفرصة لتقديم آراءهم، وهذا يدل على أن هناك تواصل بين المدير وفئة من الموظفين إلا أن هذا التواصل لا يمس بالفئات كلها.

الجدول رقم 15: يوضح لنا طبيعة العمل مع الزملاء داخل المؤسسة الصحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
جيدة جدا	19	%54.28
جيدة	13	%37.14
سيئة	3	%8.57
سيئة جدا	0	%0
المجموع	35	%100

من خلال الجدول رقم 15 والذي يوضح طبيعة العلاقة مع الزملاء أن أكبر فئة من المبحوثين أجابت أن العلاقة جيدة جدا بنسبة %54.28، ثم تليها الفئة التي أجابت جيدة بنسبة %37.14 فإن الترابط مع الزملاء بعلاقات جيدة ونمو مشاعر الصداقة والمودة بينهم يوفر للعامل العديد من الفوائد الصحية من الجوانب النفسية والجوانب البدنية على السواء، في حين نجد الفئة التي أجابت بسيئة نسبتها %8.57 وهي نسبة ضئيلة جدا وقد يكون السبب وراء سوء علاقتهم مع زملائهم هو عدم التواصل أو الاختلاط بهم واعتبار أن مكان العمل هو مخصص لأداء واجباتهم فقط لا تكوين صداقات.

ومما سبق يمكننا القول أن العلاقات الاجتماعية بين الزملاء في مكان العمل تعتبر جيدة بالعموم، وهذا ما يؤدي إلى التمتع بالرفاهية الصحية بنسبة أعلى، في حين توفير أجواء العمل ذلك الشعور بالترابط معا والانسجام وعدم الشعور بالإرهاق والمتاعب الوظيفية.

الجدول رقم 16: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع العمل المفصل

الاحتمالات	التكرار	النسبة%	المبررات	التكرار	النسبة%
فردى	15	42.85%	الأريحية	10	66.66%
			تحمل مسؤولية أخطائي	5	33.33%
			المجموع	15	100%
جماعى	20	57.14%	من أجل التعاون وتبادل الخبرات	3	15%
			يكون أكثر إنتاجا	7	35%
			خلق روح التنافس	10	50%
المجموع	35	100%	المجموع	20	100%

يوضح لنا الجدول أن أكبر نسبة من المبحوثين تفضل العمل الجماعى وقدرت بـ 57.14%، وقد برروا ذلك بخلق روح التنافس كون العمل الجماعى يخلق نوع من التنافس وفى إتقان العمل، بالإضافة إلى أن العمل الجماعى يكون أكثر إنتاجا من العمل الفردى ومن أجل التعاون وتبادل الخبرات بين موظفى المؤسسة الصحية، أما الفئة التى تفضل العمل الفردى فنجد أن نسبتها قدرت بـ 42.85% وقد بررت ذلك بأنها تحب العمل الفردى كونه يوفر لها الأريحية بالإضافة إلى تحمل مسؤولية الأخطاء بمفرده.

ومن خلال البيانات نستنتج أن النسب متقاربة فمنهم من يفضل العمل الفردى ومنهم من يفضل الجماعى، والذي هو يعتبر من الضرورات الحتمية فى المؤسسات الصحية، كون العمل الجماعى يكون أكثر إنتاجا والعمل مع الفريق يؤدي إلى الشعور بدعم الزملاء وكذلك الشعور بمعنى الذات وأهمية الترابط.

الجدول رقم 17: يوضح كيفية تأثير طبيعة العلاقة على محيط العمل

الاحتمالات	التكرار	النسبة %	المبررات	التكرار	النسبة %
تأثير إيجابي	30	85.71%	تحفيز في الأداء وإتقان في العمل	17	56.66%
			عدم الفشل	13	43.33%
			المجموع	30	100%
تأثير سلبي	5	14.28%	تشويش وصعوبة الإدراك	5	100%
المجموع	35	100%	المجموع	5	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة تحصلت عليها فئة التأثير الإيجابي حيث بلغت 85.71% والتي تعبر عن أغلبية المبحوثين، حيث بررت ذلك بتحفيز في الأداء وإتقان في العمل، بالإضافة إلى عدم الفشل، كون العلاقات الجيدة مع زملاء العمل تؤثر دائما بالإيجاب، في حين أن الفئة التي ترى أنها تؤثر سلبا بلغت نسبتها 14.28% وبررت ذلك بتشويش وصعوبة الإدراك.

ومما سبق يمكننا القول أن العلاقات الجيدة في مكان العمل في أغلب الأحيان تؤثر بالإيجاب على العمال، والأداء الوظيفي كذلك إلا أن هذه العلاقات لها حدود ويبقى الهدف الأساسي للعمال هو أداء الوظائف بإتقان، وعدم إهمال عمله في ظل تكوين صدقات ومعارف فقط.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

المحور الثالث: الوسائل الاتصالية التي تعتمدها إدارة المؤسسة في التواصل مع موظفيها

الجدول 18 يمثل الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مكتب الإعلام والاتصال	8	22,85%
السكرتارية	22	62,85%
رئيس المصلحة	5	14,28%
المجموع	35	100%

أغلبية المبحوثين صرحوا بأن السكرتارية هي التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة قدر ذلك بنسبة 62,85% تليها بنسبة 22,85% من المبحوثين الذين صرحوا بأن مكتب الإعلام والاتصال هو الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة أما باقي المبحوثين فقد صرحوا أن رئيس المصلحة هو الذي يقوم بدور الاتصال ذلك بنسبة 14,28%.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول أن هناك خلل في توزيع الوظائف من قبل إدارة المؤسسة فالنسبة الأكبر صرحت بأن السكرتارية هي التي تقوم بدور الاتصال داخل المؤسسة بالرغم من أن هذه المهمة لا تستلزم بها هذه الجهة بل تعتبر من مهام مكتب الإعلام والاتصال كونه يمثل همزة وصل بين المصالح والأقسام الداخلية وبين مختلف فئات الموظفين داخل المؤسسة.

الجدول 19 جدول يوضح ما إذا كانت المؤسسة تبلغ موظفيها ب مواجهة مشكلة ما

الاحتمالات	التكرار	النسبة%	في حالة الإجابة بنعم	التكرار	النسبة%
نعم	15	42,85%	وسائل الاتصال	73,33	11%
			المقابلة	4	26,46 %
لا	20	57,14%	المجموع	15	100%
المجموع	35	100%			

من الضروري معرفة ما إذا كانت المؤسسة تبلغ موظفيها عند حدوث مشكلة ما وذلك لتحديد العلاقة التي تربط المؤسسة بجمهورها الداخلي.

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة من المبحوثين صرحوا بأن المؤسسة لا تشاركهم بحدوث مشكلة ما، وكان ذلك بنسبة 57,14% أما باقي المبحوثين فقد صرحوا بأن المؤسسة تقوم بإبلاغهم عندما تواجه مشكلة ما، وهذا ما عبرت عنه النسبة المتمثلة في 42,85% وذلك عن طريق وسائل الاتصال التي تمثلت في 73,33% والمقابلة التي تمثلت بنسبة 26,66% .

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول أن هذا راجع إلى السياسة المتبعة من طرف المؤسسة فهي تقوم بإبلاغ فئة معينة ك رؤساء المصالح ورؤساء الفروع عن طريق وسائل الاتصال والمقابلات لتقديم الاقتراحات وحل المشكلات التي تواجه المؤسسة.

الجدول 20 جدول يوضح الجماهير التي تتعامل معها خلية الاتصال

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الجمهور الداخلي	5	14,28%
الجمهور الخارجي	4	11,42%
الجمهوريين معا	26	74,28%
المجموع	35	100%

صرحت أغلبية المبحوثين أن خلية الاتصال تتعامل مع الجمهوريين الداخلي والخارجي معا وهذا ما عبرت عنه النسبة المتمثلة في 74,28%، أما باقي المبحوثين فقد صرحوا بأن خلية الاتصال تتعامل مع كل من الجمهوريين على حدة، الجمهور الداخلي والذي تمثل بنسبة 14,28% والجمهور الخارجي فقد تمثل بنسبة 11,42%.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول أن خلية الاتصال تهتم بالجمهوريين معا وهذا ما يدل على نجاح المؤسسة كون الاثنين مهمين لتحقيق أهدافها والوصول إلى مبتغاهما، كما تعمل هذه الخلية على تنظيم و تسيير العلاقات داخل المؤسسة وخارجها.

الجدول 21 يوضح الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة الصحية في التواصل مع موظفيها

أ الوسائل المباشرة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
المقابلات	9	25,71 %
مؤتمرات	8	22,85 %
اجتماعات	10	28,57 %
محاضرات	3	8,57 %
كل ما سبق	5	14,28 %
المجموع	35	100 %

أغلبية المبحوثين صرحوا بأن الوسائل المباشرة التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة في التواصل مع موظفيها هي الاجتماعات وقدرت بأعلى نسبة والتي تمثلت في 28,57%، أما بنسبة 25,71% فقد صرحوا بأن المقابلات هي الوسيلة المباشرة التي تعتمد عليها الإدارة، أما بنسبة 22,85% فقد صرحوا بأن الإدارة تعتمد على المؤتمرات، وتليها النسبة 14,28% من أفراد العينة التي صرحوا بأن الإدارة تعتمد على جميع الوسائل المباشرة المذكورة، أما فيما يخص باقي أفراد العينة فقد صرحوا بأن المحاضرات هي الوسيلة التي تعتمد عليها الإدارة للتواصل مع موظفيها وذلك بنسبة 8,57%.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول أن إدارة المؤسسة تقوم بالتواصل مع موظفيها، كون الاتصال ضرورة أي مؤسسة بعض النظر عن حجمها، فتحقيق أهداف أي مؤسسة يرتبط بنجاح عملية الاتصال، واعتمادها على الاجتماعات يعد من أفضل الوسائل المباشرة وذلك من خلال طرح المشاكل والنقائص التي تعاني منها المؤسسة، كما تساعد الاجتماعات على صنع القرار، والتخطيط لتحديد مستقبل المؤسسة ككل.

ب الوسائل الاتصالية المطبوعة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
إعلانات	16	45,71%
صحف	/	/
تقارير	4	11,42%
رسائل	6	17,14%
كل ما سبق	9	25,71%
المجموع	35	100%

صرح أغلبية أغلبية المبحوثين أن وسيلة الاتصال المطبوعة الأكثر اعتماداً من طرف إدارة المؤسسة الصحية تتمثل في الإعلانات وذلك بنسبة 45,71%، أما بنسبة 25,71% صرحوا بأن جميع الوسائل المذكورة سابقاً يتم اعتمادها من طرف الإدارة، تليها بنسبة 17,14% الذين أقرروا بأن الرسائل هي ما يتم الاعتماد عليه من قبل الإدارة، أما باقي المبحوثين فقد صرحوا بأن التقارير هي الوسيلة المعتمدة من طرف إدارة المؤسسة الصحية وذلك بنسبة 11,42%، أما فيما يخص الصحف فهي وسيلة مستبعدة من طرف إدارة المؤسسة.

من خلال هذه البيانات يمكننا القول أن إدارة المؤسسة تعتمد على الإعلانات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير.

ج الوسائل الاتصالية المسموعة :

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
الإذاعة	/	/
الهاتف النقال	20	57,14%
الهاتف الأرضي	6	17,14%
كل ما سبق	9	25,71%
المجموع	35	100%

صرح أغلبية المبحوثين أن الهاتف النقال أكثر وسيلة اتصالية مسموعة اعتماداً من طرف إدارة المؤسسة وعبرت عن ذلك النسبة المتمثلة في 57,14%، أما بنسبة 25,71% صرحوا بأن إدارة المؤسسة تعتمد على جميع الوسائل المسموعة المذكورة سابقاً، وبالنسبة لباقي المبحوثين فقد صرحوا بأن الهاتف الأرضي هو الوسيلة التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة للتواصل مع الموظفين وذلك بنسبة 17,14%، أما بالنسبة للإذاعة فهي مستبعدة من طرف إدارة المؤسسة.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول بأن اعتماد إدارة المؤسسة على الهاتف النقال كوسيلة اتصال مسموعة هي انصبح حل للاتصال الداخلي للمؤسسة الصحية، وهذا راجع لسهولة وتوفره لدى أغلب الموظفين داخل المؤسسة.

د. الوسائل الاتصالية الالكترونية:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
الفاكس	/	/
البريد الالكتروني	2	5,71%
مواقع التواصل الاجتماعي	20	57,14%
كل ما سبق	13	37,14%
المجموع	35	100%

أغلبية المبحوثين صرحوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل الالكترونية اعتمادا من قبل إدارة المؤسسة وذلك بنسبة %57,14، أما بنسبة 37,14 صرحوا بأن جميع الوسائل الالكترونية المذكورة سابقا يتم اعتمادها من طرف إدارة المؤسسة، وفيما يخص باقي المبحوثين فقد صرحوا بأن الإدارة تعتمد على البريد الالكتروني للتواصل مع موظفيها وهذا ما عبر عنه بنسبة %5,71 أما فيما يخص الفاكس فلا تعتمد الإدارة كوسيلة للتواصل مع موظفيها داخل المؤسسة الصحية.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي هي أنسب حل للتواصل مع موظفيها، نظرا للأهمية التي باتت تحتلها في المجتمع ولكثرته استعمالها بشكل يومي مما أدى إلى إلغاء الفاكس والهواتف الأرضية داخل المؤسسات وخاصة في مجال العلاقات العامة، وذلك لسهولة الوصول إلى الجمهور الداخلي وخلق علاقات طيبة معهم.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول 22 يوضح أي من الوسائل الاتصالية التي تم ذكرها سابقا لها فعالية أكثر داخل المؤسسة الصحية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
مواقع التواصل الاجتماعي	21	60%
الهاتف النقال	14	40%
المجموع	35	100%

صرح أغلبية المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي لها فعالية أكثر كوسيلة اتصال داخل المؤسسة الصحية وهذا ما عبر عنه بنسبة 60%، أما بنسبة 40% صرحوا بأن الهاتف النقال هو الوسيلة الأكثر فعالية داخل المؤسسة الصحية.

ومن هذه البيانات يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي لها فعالية أكثر داخل المؤسسة الصحية نتيجة لتوفرها عند أغلبية الموظفين، كما تهدف إدارة المؤسسة من خلالها لتحقيق المزيد من التفاعل مع الجمهور الداخلي ولخلق روح التعاون المتبادل بين الموظفين كما تساعدها أيضا على توسيع نطاق العلاقات الذي ترغبه المؤسسة مع الجمهور الخارجي.

الجدول 23: يوضح الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة الصحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
الرحلات	/	/
حفلات تكريم	23	65,71%
لا توجد	12	34,28%
المجموع	35	100%

أغلبية المبحوثين صرحوا بأن الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة الصحية تتمثل في حفلات التكريم وهذا ما عبر عنه بنسبة 65,71%، أما باقي المبحوثين صرحوا بأن لا وجود للأنشطة الترفيهية داخل المؤسسة الصحية وذلك بنسبة 34,28%، وفيما يخص الرحلات فهي مستبعدة من طرف إدارة المؤسسة.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول أن الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها إدارة المؤسسة تتمثل في حفلات التكريم، وبالتالي بإمكان هذا النشاط الترفيهي أن يرفه عن نفسية الموظفين داخل المؤسسة كما يحفزهم على تقديم الأفضل وبناء اعتزازهم بمؤسستهم، كما يمكن لهذا النشاط أن يظهر الصورة الايجابية للمؤسسة ونشر السمعة الطيبة عنها بهدف كسب الثقة.

الجدول 24: يمثل ما إذا كانت المؤسسة تقوم باستدعاء الموظفين في مناسبات معينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	8	22,85%
نادرا	13	37,14%
أبدا	14	40%
المجموع	35	100%

أغلبية المبحوثين صرحوا بأن المؤسسة لا تقوم باستدعائهم في مناسبات معينة وذلك ما عبر عنه بنسبة 40% أما بنسبة 37,14 صرحوا بأن المؤسسة نادرا ما تقوم باستدعائهم للحضور في المناسبات، وفيما يخص باقي المبحوثين فقد صرحوا بأن المؤسسة دائما ما تستدعيهم لحضور المناسبات وذلك بنسبة 22,85.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول أن المؤسسة تقوم باستدعاء فئات معينة فقط، ولا تستدعي الجميع وهذا ما يمكن أن يؤثر سلبيا على مردودية العمل داخل المؤسسة الصحية لباقي الفئات الأخرى كما بإمكانه أن يخلق نوعا من الحساسية بين العمال.

الجدول 25: يوضح الوسائل التي يراها أفراد العينة مناسبة لإعلامهم بنشاطات المؤسسة

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
الاتصال الشخصي	17	48,57%
اللافتات	/	/
الرسائل	2	5,71%
منشورات المؤسسة	11	31,42%
الملصقات	/	/
كل ما سبق	5	14,28%
المجموع	35	100%

صرح أغلبية المبحوثين بأن الاتصال الشخصي هو أنسب وسيلة لإعلامهم بنشاطات المؤسسة وهذا ما عبر عنها بنسبة %48,57، أما بنسبة %31,42 صرحوا بأن منشورات المؤسسة تعتبر الأنسب، كما صرحوا بنسبة %14,28 أن جميع الوسائل المقترحة أنسب لإعلامهم بنشاطات المؤسسة، أما باقي المبحوثين صرحوا فضلوا الرسائل على باقي الوسائل الأخرى وذلك بنسبة %5,71، أما فيما يخص كل من الملصقات واللافتات فلا يعتبرونها الأنسب لإعلامهم بنشاطات المؤسسة.

وفي ضوء هذه البيانات يمكننا القول أن أفراد العينة يفضلون الاتصال الشخصي على باقي الوسائل الأخرى، وهذا ما يساعدهم على الشعور بالانتماء الذاتي للمؤسسة كونهم جزء لا يتجزأ منه.

-المحور الرابع:العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية

الجدول:26يمثل طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة داخل مؤسستكم.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%	ما إذا كانت النقائص مادية	التكرار	النسبة%
نقائص مادية	3	%23,07	نقص وسائل الاتصال	/	/
			ضعف الميزانية	03	%100
نقائص معنوية	10	%76,92	أخرى تذكر	/	/
			المجموع	03	%100
نقائص معنوية	10	%76,92	ما إذا كانت النقائص معنوية	التكرار	النسبة
			وجود التوترات	04	%40
			غياب الأنشطة الترفيهية	06	%60
المجموع	13	%100	المجموع	10	%100

أغلبية المبحوثين صرحوا بأن طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة داخل المؤسسة هي نقائص معنوية وهذا ما عبر عنه بنسبة %76,92 وذلك راجع إلى غياب الأنشطة الترفيهية ووجود توترات، أما باقي المبحوثين صرحوا بأن طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية هي نقائص مادية، وهذا ما عبروا عنه بنسبة %23,07 وذلك راجع إلى ضعف الميزانية ووسائل الاتصال.

ومن خلال هذه البيانات نستطيع القول بأن مكتب العلاقات العامة في المؤسسة الصحية يعاني من عدة نقائص التي باستطاعتها أن تؤثر على سيرورة الاتصال في المؤسسة الصحية ككل.

الجدول 27 يوضح سبب العراقيل التي تحد من نشاط العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
صعوبة الإقناع	10	28,57%
صعوبة مواجهة المشاكل	9	25,71%
صعوبة التحكم في مهارات الاتصال	12	34,28%
كل ما سبق	4	11,42%
المجموع	35	100%

أغلبية المبحوثين صرحوا بأن العراقيل التي تحد من نشاط العلاقات العامة راجعة إلى صعوبة التحكم في مهارات الاتصال وذلك بنسبة %34,28، أما بنسبة %28,57 صرحوا بأن العراقيل التي تحد من نشاط العلاقات العامة راجعة إلى صعوبة الإقناع، كما صرحوا بنسبة %25,71 أن ذلك راجع لصعوبة مواجهة المشاكل، أما بالنسبة لباقي المبحوثين فقد صرحوا بأن العراقيل التي تحد من نشاط العلاقات العامة سببها جميع الاحتمالات السابق ذكرها وذلك بنسبة %11,42.

في ضوء البيانات السابقة يمكننا القول أن العراقيل التي تحد من نشاط العلاقات العامة ترجع إلى صعوبة التحكم في مهارات الاتصال، فإذا غاب الاتصال لا تصبح هناك علاقات قوية بين العمال مما يؤدي إلى عدم نجاح المؤسسة، كون الاتصال ضرورة حتمية للتفاعل بين الموظفين وتبادل الأفكار والمعلومات بهدف إيجاد فهم مشترك وتحقيق الثقة المتبادلة بين الجمهور الداخلي للمؤسسة الصحية.

الجدول 28 يمثل الصفات التي تراها فئة المبحوثين مناسبة في مسؤول العلاقات العامة لمواجهة مختلف المشاكل

الاحتمالات	التكرار	النسبة
القدرة على الحوار	7	20%
قوة الشخصية	13	37,14%
القدرة على الاتصال	/	/
أخرى تذكر	/	/
كل ما سبق	15	42,85%
المجموع	35	100%

صرح أغلب المبحوثين أن الصفات التي يرونها مناسبة في مسؤول العلاقات العامة لمواجهة مختلف المشاكل تتمثل في جميع الصفات التي تم اقتراحها أي يجب أن تتوفر فيه كل من القدرة على الحوار، قوة الشخصية، القدرة على الاتصال وذلك بنسبة 42,85%، أما بنسبة 37,14% صرحوا بأن الصفة المناسبة لرجل العلاقات العامة تمكن في قوة الشخصية، أما باقي العينة صرحت بأن القدرة على الحوار هي الصفة المناسبة لمواجهة مختلف المشاكل وذلك بنسبة 20%، أما بالنسبة للقدرة على الاتصال فلم يتم أخذها بعين الاعتبار كصفة مناسبة لمسؤول العلاقات العامة.

وفي ضوء هذه البيانات يمكن القول أن مسؤول العلاقات العامة لا بد أن تتوفر فيه جميع الصفات المتمثلة في القدرة على الحوار، قوة الشخصية، القدرة على الاتصال، لمزاولة مهنة ونشاط العلاقات العامة ومواجهة مختلف المشكلات التي تواجهها المؤسسة، ومما لاشك فيه أن هذه الصفات والمؤهلات تختلف من مؤسسة لأخرى حسب احتياجاتها وحجمها وطبيعة الأنشطة التي تمارسها.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

الجدول 29 يوضح ضرورة وجود قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية حسب المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة	إذا كانت الإجابة ب نعم	التكرار	النسبة
نعم	32	%91,42	توفير مكتب خاص وتخصيص ميزانية له	23	%71,87
			توفير خبراء للعلاقات العامة	5	%15,60
			تحسين تقنية الحوار	4	%12,50
لا	3	%8,57	المجموع	32	%100
المجموع	35	%100			

صرحت أغلبية المبحوثين بضرورة وجود مكتب خاص بالعلاقات العامة وهذا ما صرحوا عنه بنسبة %91,42 و وقد برروا عنه بتوفير مكتب خاص بالعلاقات العامة وتخصيص ميزانية لهذا المكتب، وكذلك بتوفير خبراء للعلاقات العامة، بالإضافة إلى تحسين تقنية الحوار، أما باقي المبحوثين فقد صرحوا بعدم ضرورة وجود قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية وهذا ما عبرت عنه النسبة المتمثلة في %8,57.

في ضوء هذه البيانات نستطيع القول أن أغلبية المبحوثين يرون أن توفر مكتب خاص بالعلاقات العامة ضرورة حتمية للمؤسسة كونه يعتبر حلقة وصل بين الجمهور الداخلي و الخارجي أيضا، كما يساعد وجود خبراء للعلاقات العامة على دعم وتعزيز صورة المؤسسة والمساهمة في إنجاح عملها والوصول إلى أهدافها المرسومة.

6-2 نتائج الدراسة

- تحليل نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية وهذا ما حاولنا الكشف عليه من خلال التحقيق في جملة الفرضيات التي حددناها في بداية الدراسة وقد كانت نتائجها كالاتي:

تحليل نتائج الدراسة على الفرضية الأولى:

والتي مفادها لا تحظى العلاقات العامة بمكانة التي هامة داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية ومن خلال تحليلنا لبيانات المحور الثاني توصلنا إلى أن هناك خلط في مفهوم العلاقات العامة ودمجه بمفهوم الاتصال، كما توصلنا إلى أنه لا يوجد قسم أو مكتب خاص بالعلاقات العامة داخل الهيكل الإداري للمؤسسة الصحية.

أما فيما يخص من يتولى مهام العلاقات العامة فقد توصلنا أن أمين محفوظات هو الموكل له بتسيير هذه الوظيفة، أما فيما يخص اهتمام العاملين بالعلاقات العامة فوجدنا أن هناك اهتمام بهذه الوظيفة داخل المؤسسة الصحية من قبل المبحوثين نظرا لأهميتها.

منه يمكننا القول أن الفرضية التي مفادها أن العلاقات العامة لا تحتل المكانة التي تستحقها في المؤسسة الصحية محققة.

-تحليل النتائج على الضوء الفرضية الثانية:

والتي مفادها: تعتمد إدارة المؤسسة على مختلف الوسائل الاتصالية للتواصل مع موظفيها.

- من خلال تحليلنا لبيانات المحور الثالث توصلنا إلى أن الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة تتمثل في السكرتارية وهذا ما يدل على وجود خلل في توزيع الوظائف داخل الهيكل التنظيمي للعيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة، حيث تعتبر هذه المهمة من مهام وصلاحيات مكتب الإعلام

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

والإتصال وليست من مهام السكرتارية كونه يمثل همزة وصل بين المصالح والأقسام الداخلية وبين مختلف فئات الموظفين داخل المؤسسة.

• أما فيما يخص ما إذا كانت المؤسسة تبلغ موظفيها بمواجهة مشكلة ما فقد توصلنا إلى أن إدارة المؤسسة لا تقوم بإبلاغ جمهورها الداخلي كافة، بل تقوم بإبلاغ فئة معينة فقط كرؤساء المصالح ورؤساء الفروع لإشراكهم في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمشكلة للتقليل من أضرارها وهذا راجع إلى السياسة المتبعة من طرف إدارة المؤسسة.

• أما فيما يخص الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة توصلنا إلى أن الاجتماعات هي من أكثر الوسائل المباشرة اعتمادا من طرف إدارة المؤسسة للتواصل مع موظفيها وذلك من خلال طرح المشكلات والنقائص التي تعاني منها المؤسسة، كما تتيح للموظفين فرصة المشاركة للتعبير عن آرائهم أيا كانت مراكزهم المهنية، ومساعدة أصحاب السلطة بالمؤسسة على صنع القرار والتخطيط الجيد لتحديد مستقبل المؤسسة ككل وقد تكون هذه الاجتماعات مفتوحة أو مغلقة، كما توصلنا أيضا إلى أن الإعلانات تعد من أكثر الوسائل الاتصالية المطبوعة اعتمادا من طرف إدارة المؤسسة وذلك لاستقطاب أكبر عدد من الجمهور الخارجي، كما تلعب الإعلانات دورا مهما داخل المؤسسات الصحية خاصة في تثقيف المرضى وزيادة الوعي الصحي داخل بيئة المؤسسة الصحية، أما فيما يخص الوسائل الاتصالية المسموعة فقد توصلنا أن الهاتف النقال من أكثر الوسائل اعتمادا من طرف إدارة المؤسسة وذلك راجع لسهولة وتوفره لدى أغلب الموظفين داخل المؤسسة الصحية، كما توصلنا أيضا أن مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل الاتصالية الإلكترونية اعتمادا من طرف إدارة المؤسسة نظرا للأهمية التي باتت تحتلها هذه المواقع داخل المجتمعات والمؤسسات ككل وخاصة في مجال العلاقات العامة وذلك يرجع لسهولة الوصول إلى الجمهور الداخلي وخلق علاقات طيبة معهم.

• ومن خلال هذه الوسائل المذكورة سابقا توصلنا إلى أن أكثر وسيلة فعالية داخل المؤسسة الصحية من طرف المبحوثين هي مواقع التواصل الاجتماعي كونها متوفرة عند أغلبية الموظفين، كما تهدف من خلالها إدارة المؤسسة لتحقيق المزيد من التفاعل مع الجمهور الداخلي وخلق روح التعاون بين الموظفين، كما تساعد على توسيع نطاق العلاقات الذي ترغبه المؤسسة مع الجمهور الخارجي أيضا كونه عنصر مهم لنجاح المؤسسة وتصورها.

• أما فيما يخص الوسائل التي يراها المبحوثين مناسبة لإعلامهم بنشاطات المؤسسة فقد توصلنا إلى أن الإتصال الشخصي أفضل وسيلة لذلك، وهذا ما يساعدهم على الشعور بالانتماء الذاتي للمؤسسة كونهم جزء لا يتجزأ منها، كما يساعد أيضا على تدفق الأفكار وتعزيز العمل وبالتالي تحقيق النجاح العام للمؤسسة ككل.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

وفي الأخير نستطيع القول أن الفرضية التي مفادها: تعتمد إدارة المؤسسة على مختلف الوسائل الاتصالية في التواصل مع موظفيها محققة.

-تحليل النتائج على ضوء الفرضية الثالثة:

- والتي مفادها: توجد مجموعة من العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية.
 - من خلال تحليلنا لبيانات المحور الرابع توصلنا إلى أن مكتب العلاقات العامة يعاني من نقائص مادية ومعنوية باستطاعتها أن تؤثر على سيرورة الاتصال داخل المؤسسة ككل.
 - أما بالنسبة للعراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة توصلنا إلى أنها ترجع لصعوبة التحكم في مهارات الاتصال، كون هذا الأخير ضرورة حتمية للتفاعل بين الموظفين وتبادل الأفكار والمعلومات بهدف إيجاد فهم مشترك وتحقيق الثقة المتبادلة بين جميع الأفراد داخل المؤسسة الصحية، فغياب الاتصال يعني خلق بيئة عمل أقل إنتاجية، وأيضاً لعدم وجود استراتيجية واضحة وغياب الأدوات اللازمة لتنفيذ الاتصال الجيد، مما يؤدي إلى عدم نجاح المؤسسة ولذلك لا بد أن يكون الاتصال الهدف الأول للمؤسسة للحفاظ على ديمومتها وتحقيق نجاحها.
 - أما فيما يخص الصفات التي يراها المبحوثين مناسبة في مسؤول العلاقات العامة لمواجهة مختلف المشكلات توصلنا إلى أن مسؤول العلاقات العامة لا بد أن تتوفر فيه جميع الصفات المتمثلة في القدرة على الحوار، قوة الشخصية، القدرة على الاتصال لمزاولة مهنة ونشاط العلاقات العامة ومواجهة مختلف المشكلات وكيفية التعامل معها بطريقة جيدة تحت خطط محكمة لتجنب أي خسائر وأضرار للمؤسسة.
 - وفيما يخص ضرورة وجود قسم خاص بالعلاقات العامة فلقد توصلنا إلى توفر مكتب خاص بالعلاقات العامة يعد ضرورة حتمية للمؤسسة كونه يعتبر حلقة وصل بين المؤسسة وجماهيرها سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي أيضاً، وذلك من خلال خلق صورة ايجابية للمؤسسة وتلبية رغبات وحاجات الجماهير من عدة نواحي مختلفة، كما له الدور في حماية المؤسسة من خلال الاستراتيجيات والبرامج الاحتياطية التي تعمل على حمايتها من الوقوع في أي مشكلة أو أزمة معينة.
- ومن خلال ما توصلنا إليه من نتائج نستطيع القول أن الفرضية الثالثة التي مفادها: توجد مجموعة من العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية محققة.

-تحليل النتائج على ضوء الدراسات السابقة

-على ضوء الدراسة الأولى:

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

تطرقنا في الفصل الأول إلى الدراسات السابقة التي تناولت موضوع دراستنا أو أحد متغيراته واستنادا إلى هذه الدراسات سنحاول مقارنة نتائجها مع دراستنا الحالية حيث نجد أن:

دراسة بعنوان: ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية الجزائرية العمومية والخاصة، من إعداد الطالبتين: زيادي مروة، مذكور خولة توصلت هذه الدراسة إلى أن العلاقات العامة تحتل مكانة هامة في الهيكل التنظيمي بالنسبة للمستشفى الخاص، أما في المستشفى العمومي فلا يوجد جهاز مختص بالعلاقات العامة، كما توصلت أيضا أن قسم العلاقات العامة يقوم بنشاطات ووظائف كالاتصال بالموظفين والمرضى على عكس المستشفى العمومي الذي انحصرت وظائفه في الجانب الإداري ومن جهة أخرى توصلت دراستنا إلى ما يلي :

-عدم وجود مكتب أو قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية

-دمج وظيفة العلاقات العامة بغير موقعها الخاص مع وظائف أخرى.

-تولي السكرتارية ووظيفة الاتصال بالعاملين داخل المؤسسة الصحية.

-على ضوء الدراسة الثانية:

دراسة بعنوان العلاقات العامة داخل المؤسسة الصناعية النسيجية من إعداد الطالبة أحمد كريمة، توصلت هذه الدراسة إلى أن دور العلاقات العامة محدود في صناعة القرار بالمؤسسة وذلك لعدم تجسيدها على أرض الواقع، كما توصلت إلى عدم وجود إدارة للعلاقات العامة كفرع مستقل بذاته عن باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة وهذا ما توصلت إليه دراستنا في عدم وجود قسم خاص بالعلاقات العام كوظيفة مستقلة بذاتها ودمجها مع وظائف أخرى بغير موقعها الخاص وتوكيل أمين المحفوظات كمسير لهذه الوظيفة.

-على ضوء الدراسة الثالثة:

نلاحظ من خلال الدراسة الثالثة التي من إعداد ياسين مسيلي والتي كانت بعنوان: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، أنه توصل إلى مجموعة من النقاط منها:

أن العلاقات العامة ما زالت مهمة ولا تحظى بأهمية، بالإضافة إلى أنها لا تحتل مكانتها التي تستحقها في إدارة المؤسسات وهذا ما اتفقت معه دراستنا من خلال النتائج التي توصلنا إليها.

الفصل السادس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

كما أن هذه الدراسة توصلت إلى غياب وغموض مصطلح العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، وهذا ما لم يتفق مع نتائج دراستنا، بحيث توصلنا إلى أن الجمهور على دراية بهذا المصطلح كما أنه تم تعيين شخص يقوم بمهام العلاقات العامة داخل المؤسسة.

- على ضوء الدراسة الرابعة:

والتي كانت من إعداد الطالب بوضياف عاطف بعنوان: (فعالية العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية) المؤسسة الوطنية للبيتروكيمياء والمتوصلة إلى جملة من النتائج هي:

- على الرغم من وجود مصلحة الاتصال العلاقات العامة في هيكلها التنظيمي إلا أنه المتصل بعد إلى المكانة اللاتقة التي تسمح لها بمزاولة مهامها على أكمل وجه.
- بالإضافة إلى أن قدرة القائمين على هذه المصلحة تعتبر محدودة.
- إلا أن دراستنا توصلت إلى النتائج التالية:
- * لا وجود لقسم خاصب العلاقات العامة في الهيكل الإداري للمؤسسة، بالإضافة إلى عدم ادراج العلاقات العامة كوظيفة ضمن هيكلها.

- على ضوء الدراسة العربية:

دراسة بعنوان العلاقات في المؤسسات الصحية ، دراسة ميدانية للعلاقات العامة في المؤسسات الصحية في محافظة الأنبار، للدكتور عرسان يوسف عرسان، توصلت هذه الدراسة إلى أن الندوات والزيارات من أكثر الأساليب استخداما للمؤسسة الصحية مع الجمهور الداخلي على عكس دراستنا التي توصلت إلى أن الهاتف النقال و مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل فعالية داخل المؤسسة الصحية، كما توصلت الدراسة إلى أن جميع العاملين في العلاقات العامة في محافظة الأنبار ليس لديهم المعرفة العلمية بالوظائف الرئيسية للعلاقات العامة، على عكس دراستنا التي توصلت إلى اهتمام العاملين بالعلاقات العامة كوظيفة وضرورة توفر مكتب لها داخل المؤسسة الصحية.

3-6 النتائج العامة للدراسة:

بعد ما تم عرض النتائج في ضوء الفرضيات اتضح بأن العلاقات العامة لا تزال مهمشة ولا تحظى بمكانة التي تستحقها داخل المؤسسة الصحية، فبالرغم من وجود مكتب اتصال داخل الهيكل الإداري للمؤسسة، إلا أنها لم تصل إلى المكانة التي تسمح لها بمزاولة مهامه كون هذا المكتب لا يجسدها فعليا، وبالرغم من وعي إدارة المؤسسة بأهمية كسب الجماهير التي تتعامل معها إلا أنها لم تع بعد أهمية العلاقات العامة كضرورة حتمية داخل المؤسسة الصحية ومدى إسهامها في نجاح المؤسسة الصحية واستمراريتها.

كما يمكن إدراج النتائج العامة في النقاط التالية:

- 1- خلط مفهوم العلاقات العامة بالاتصال ودمجه كوظيفة اتصالية.
- 2- لا يوجد قسم أو مكتب خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية.
- 3- توكيل أمين المحفوظات مهام العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية لتسيير هذه الوظيفة.
- 4- اهتمام العاملين بالعلاقات العامة كوظيفة داخل المؤسسة الصحية.
- 5- تتولى السكرتارية وظيفة الاتصال داخل المؤسسة الصحية.
- 6- تستعمل إدارة المؤسسة الصحية مجموعة من وسائل الاتصال الا انها تعتمد على كل من الهاتف النقال ومواقع التواصل الاجتماعي كأكثر فعالية داخل المؤسسة الصحية.
- 7- وجود جملة من العراقيل التي تواجه عملية الاتصال.
- 8- ضرورة وجود قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية.
- 9- وجود خلل على مستوى الهيكل التنظيمي وذلك بدمج وظيفة العلاقات العامة بغير موقعها الخاص مع وظائف أخرى.
- 10- عدم إدراج العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته داخل الهيكل الإداري للمؤسسة.

4-6 التوصيات والاقتراحات

وقد ارتأينا أن نختم موضوعنا هذا ببعض الاقتراحات والتوصيات، والتي أتمنى أن تجد آذان صاغية لتطبيقها، وذلك للنهوض بالمجتمع وتحقيق التنمية الشاملة، وهذا لا يكون إلا من خلال الاهتمام بمؤسساته، ومن أهم التوصيات التي نراها ضرورية هي:

- 1- العمل على تزويد المؤسسات الصحية بجهاز العلاقات العامة.
- 2- استحداث مكتب خاص بالعلاقات العامة تحت اشراف مختصين في هذا المجال، مع تحديد دقيق لوظائف العلاقات العامة لكل فرد مشرف على هذا المجال.
- 3- استخدام الأساليب والوسائل الاتصالية الملائمة لخلق صورة ذهنية.
- 4- نظرا لأهمية الجمهور الداخلي للمؤسسة فمن الضروري الاهتمام أكثر بهم، من خلال النشاطات الثقافية والترفيهية، بهدف تعميق الجانب العلمي والثقافي وخلق الرضا الوظيفي والنفسي معا.
- 5- ضرورة القيام بالبحوث والدارسات واتباع المنهج العلمي في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة.
- 6- تخصيص غلاف مادي وبشري لمكتب العلاقات العامة وبأحدث الوسائل، ليسهل على الجهاز القيام بوظائفه على أكمل وجه.

الخاتمة

خاتمة:

إن اختيارنا لموضوع العلاقات العامة كان انطلاقا من أنها وظيفة أساسية داخل أي مؤسسة، كما تعد مجالا من مجالات العمل في الإدارة، حيث حققت نجاحات كثيرة خلال السنوات الأخيرة ويرجع ذلك للدور الذي تؤديه في كسب ثقة الجمهور وتحقيق النجاح للمؤسسة مهما تنوعت أنشطتها. وبالرغم من أهميتها إلا أن الكثير من المؤسسات لا تزال تنظر إليها نظرة قاصرة نتيجة لحدثة هذه الوظيفة في اغلب الدول ومنها الجزائر.

واستنادا إلى ما توصلت إليه دراستنا نستطيع القول بأن اهتمام المؤسسة الصحية بمجال العلاقات العامة لازال ضعيفا إن لم نقل عليه معدوم، وهذا ما يفسره غياب مكتب أو قسم خاص بالعلاقات العامة داخل الهيكل الإداري للمؤسسة الصحية، بالإضافة إلى عدم إدراك إدارة المؤسسة بالدور الفعال الذي تلعبه العلاقات العامة لكسب الرأي العام وتحسين صورة المؤسسة عن طريق كسب ثقة الجماهير سواء الداخلية كانت أو الخارجية، كما أن غياب أخصائيين للعلاقات العامة ينعكس سلبا على نجاح المؤسسة.

ونرجو في الأخير أن تكون هذه الدراسة قد استطاعت إعطاء صورة دقيقة بموضوعية عن واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، كما نتمنى أن نكون قد أعطينا فكرة واضحة عن ماهية العلاقات العامة وأهم وظائفها، وعن مدى أهميتها كوظيفة من الوظائف الإدارية داخل أي مؤسسة مهما تعددت أنواعها وخاصة المؤسسات الصحية.

قائمة المصادر والمراجع

(1) الكتب:

1. إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، سنة 1968.
2. أحسن عبد الحميد رشوان، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية-مصر، سنة 2003
3. أحمد المعاني، ناصر جرادات، عبد الرحمان المشهداني، أساليب البحث العلمي والإحصاء، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، د.س.ن.
4. أحمد محمد غنيم، إدارة المستشفيات رؤية معاصرة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2006.
5. أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار مكتبة حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2016.
6. بسام الرحمان الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2012 .
7. بسام عبد الرحمان المشابقة، مصطلحات العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2014.
8. بطرس حلاق، العلاقات العامة والأزمات، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020
9. بلحاج فتيحة، الأسس النظرية والعلمية في اتخاذ القرار، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، العدد 07 ، سنة 2016.
10. تأليف وإخراج مركز الخطابي للدراسات، العلاقات العامة في الثورة، مدخل علمي إلى فنون العلاقات العامة، سنة 2022.
11. جبران مسعود، معجم لغوي عصري، دار العلم للملايين، الطبعة الثامنة، بيروت-لبنان، سنة 2001.
12. حسن صالح سليمان القضاة، إدارة العلاقات العامة مدخل في إدارة المستشفيات والخدمة الاجتماعية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، د.ب.ن، سنة 2013 .
13. حسن عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة الإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامع الحديث، الطبعة الرابعة، الإسكندرية، سنة 2017
14. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، ب.س.ن،

15. حسن محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2015.
16. حسين حريم، مبادئ الإدارة الحديثة، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان-الأردن، سنة 2010 .
17. حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة) الأسس والمهارات (،مؤسسة الطوبجي للتجارة والطباعة والنشر، القاهرة-مصر، سنة 2005
18. حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة-مصر، سنة 2007 .
19. خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2005 ،
20. خيرى خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، ب. د. ن. محطة الرمل-الإسكندرية، ب. س. ن.
21. عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013،
22. دكتور باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2014.
23. ذياب صلاح محمود، إدارة المستشفيات والمراكز الصحية، دار الفكر، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2009 ،
24. راغب السرجاني، قصة العلوم الطبية في الحضارات الإسلامية، مؤسسة اقرأ للنشر والتوزيع والترجمة، الطبعة الأولى، القاهرة، سنة 2009
25. رشد غنيم، نادية السيد عمر، محمد الرامخ، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، سنة 2008 .
26. زهير عبد اللطيف، احمد العابد أبو السعيد، إدارة العلاقات العامة وبرامجها، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2014 .
27. سعاد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2019 .

28. سليم بطرس جلدة، إدارة المستشفيات والمراكز الصحية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، سنة 2005 .
29. شذوان علي، شبية العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، سنة 2012 ،
30. صالح خليل أبو صبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، عمان-الأردن، سنة 2006 .
31. صالح خليل أبو صبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 1998 ،
32. طلعت إبراهيم لطفي، كمال عبد الحميد الزيات، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ب د .
33. عبد الرحمان سيد سليمان، مناهج البحث، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2014.
34. عبد الله احمد عقيلان، إدارة العلاقات العامة دار المعتر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان -الأردن، سنة 2010 .
35. عبد الله محمد عبد الرحمان، النظرية في علم الاجتماع- النظرية السوسولوجية المعاصرة، دار المعرفة الجامعية، د.ب.ن، سنة 2006 .
36. عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، دط، عمان، الأردن، 2014 .
37. عبد الناصر احمد جرادات، لبنان هاتف الشامى، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2009 .
38. عبيد مصطفى، مهارات البحث العلمي، مركز البحوث والدراسات متعدد التخصصات، إسطنبول، سنة 2003.
39. علا زكي داود القاق، دور النظرية الوظيفية في تحليل سياسات جامعة الدول العربية، رسالة للحصول على درجة الماجستير في علوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الأدب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، أيار
40. على ليلة، بناء النظرية الاجتماعية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، د س ن.

41. فتحي احمد محمد علي، الخدمة الاجتماعية في المؤسسات الصحية في ضوء سياسات الخصخصة، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، ب د ن، سنة 2015 .
42. علي سيد إبراهيم، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، ب د ن، القاهرة، ب س ن.
43. علي فرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، دار أمجد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2017 .
44. عمار بخوش، مناهج البحث وطرق إعدادة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، سنة 1999 .
45. غسان قاسم داود اللامي، العيساوي خالد عبد الله إبراهيم، إدارة الأزمات، ب .د. ن، بغداد-العراق، سنة 2015 ،
46. فريد توفيق نصيرات، إدارة المستشفيات إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، سنة 2008 .
47. فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، عمان، سنة 2010 .
48. كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2006.
49. محمد زيان، منهج البحث العلمي وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، الجزائر.
50. محمد سرحان عليال محمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، الطبعة الثالثة، اليمن، سنة 2019، ص 141.
51. محمد سعيد فرج، لماذا؟ وكيف؟ نكتب بحثا اجتماعيا منشأة المعارف، الإسكندرية، سنة 2002.
52. محمد عبد الكريم، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار مجولين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008 .
53. محمد غربي، إبراهيم قلاوز، البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية العدد 18 ، 18 اكتوبر 2016، الجزائر.
54. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، ب .م. ن، سنة 2003-2004.

55. محمد محمد البادي، العلاقات العامة ووظائف الإدارة العليا، مكتبة الأنجل والمصرية، سنة 1992.
56. منال محمد رحال، العلاقات العامة من منطلق نظري وعلمي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2015.
57. نو العبد الكريم الأشهب، اتخاذ القرارات الإدارية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2014.
58. هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الرياie للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، سنة 2010 .
59. هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار راية للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2010 .
60. يحي محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الإسلامي، مكتبة القرآن للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، ب. س. ن.
61. يرنا ساجد عبد اللطيف وآخرون، مشكلات العلاقات العامة في المشافي الخاصة الفلسطينية، أطروحة في مجال العلاقات العامة والاتصال، قسم علوم اتصال، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، جامعة نجاح الوطنية، فلسطين.
62. يسرا حسني عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الطبعة الأولى، المهندسين - الجيزة، سنة 2015.

(2) مذكرات

1. بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة.
2. بلهادي عز الدين، واقع تسيير المؤسسات الطبية الاجتماعية الصحية، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص تسيير هياكل استشفائية، قسم العلوم الاقتصادية.
3. بنزواد شهرزاد، واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

4. جديد رزيقة، حميطوس بلعيد، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاستشفائية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص إدارة وموارد بشرية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر.
5. دلال سويس، نظام المعلومات كأداة لتحسين جودة الخدمة الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية، مذكرة لاستكمال شهادة الماجستير تخصص نظام معلومات وتسيير ومراقبة تسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2011-2012 .
6. زايد مروة، مذکور خولة، ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية الجزائرية العمومية والخاصة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
7. طيار آسيا، وسائل الاتصال في العلاقات العامة بالإدارة العمومية، السنة الثالثة دكتوراه، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر.
8. علول نورة، عشيح أمال، دور العلاقات العامة في التعامل مع الازمات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.
9. معمري إلياس، مذكرة تخرج بعنوان نظام المعلومات كأداة مساعدة على اتخاذ القرارات، تخصص تسيير دولي استراتيجي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس.
10. وسام حجام، دور العلاقات العامة في تفعيل الاتصال داخل المؤسسة العمومية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.
11. ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

(3) المجالات:

1. إبراهيم بالحميز، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 1، سنة 2016 الجزائر.

2. إلياس بكوش، وضع مترد لمستشفيات قائمة يثير الاستياء، جريدة الشعب، يوم. 09-03-2022.
3. بديسي فهيمة، زويوش بلال، جودة الخدمات الصحية الخصائص الأبعاد والمؤشرات، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 07، سنة 2011، الجزائر.
4. بوهلال فاطيمة، بوقلي زهرة، علاقة الإستراتيجية والهيكل التنظيمي بتحسين فعالية المنظمة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد 7، الجزائر، سنة 2016.
5. ربيحة نبار، الاستمارة في البحث العلمي، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، العدد 1، 1 جوان 2022، الجزائر.
6. سعيدة رحمانية، وضعية الصحة والخدمات الصحية في الجزائر، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 11، مارس 2015.
7. الصحة المرضية شعار يرفع في مستشفيات قائمة، هنا الجزائر، 14 فبراير 2023.
8. عياد ليلي، هلال أحمد، قراءة في إصلاحات المنظومة الصحية في الجزائر، مجلة البديل الاقتصادي، العدد الخامس.
9. لعموري مهدي، الصحة الجوارية في الجزائر من القطاع الصحي إلى المقاطعة الصحية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 1، 31/01/2023، الجزائر.
10. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 3، القاهرة، سنة 2003.
11. يامين بودهان، هل توجد استراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية، مجلة علوم الإنسانية، العدد 29، 4 يوليو 2006.

(4) المحاضرات:

1. الأستاذ بورحلة سليمان، محاضرة بعنوان وظائف وأهداف العلاقات العامة، مقياس العلاقات العامة، جامعة أكلي محند اولحاج، البويرة.
2. أويابة صالح، أدوات جمع البيانات والمعلومات في الدراسة الميدانية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر.
3. باشوشي كنزة، محاضرة في مقياس إدارة العلاقات العامة، 2021-2022، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3.
4. بلحشر عائشة، محاضرة في مقياس نظرية اتخاذ القرار، قسم العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر.

5. بلعباس عبد الحميد، محاضرة بعنوان الاتصال وتسيير الأزمة، مقياس الاتصال وتسيير الأزمة، 2020/2021، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
6. بنعون منى، جمهور العلاقات العامة مقياس العلاقات العامة، قسم الاتصال كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
7. بوجلال صالح الدين، محاضرة بعنوان أهمية وأهداف العلاقات العامة، مقياس العلاقات العامة في الإدارة، تخصص إدارة عامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف .
8. بوعزيز زهير، محاضرات العلاقات العامة، مقياس العلاقات العامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، 2020-2021 .
9. بوعون احمد، مطبوعة الدعم البيداغوجي، مقياس العلاقات العامة، سنة 2018-2019، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الأمين دباغين، سطيف-2 الجزائر .
10. دمريهان منصور أبو سنة، محاضرة بعنوان العلاقات العامة والإعلان، د. س، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.
11. زاوي سامية، محاضرات نظرية اتخاذ القرار، مقياس نظرية اتخاذ القرار، 2020-2021 .
12. صابر احمد عبد الباقي، محاضرة في مقياس علم الاجتماع الطبي، كلية الآداب، جامعة المنباج.
13. طارق طه عبود الملا، محاضرة بعنوان مراحل اتخاذ القرار، مقياس المدخل إلى علم المعلومات والمكتبات، قسم المعلومات وتقنيات المعرفة، كلية الآداب، جامعة البصرة.
14. طيب جاب الله، مجموعة محاضرات في مقياس النظريات السوسولوجية لتربية علم اجتماع تربوي، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ألكلي محند اولحاج، البويرة،
15. كحيط إيمان، محاضرات في مقياس إدارة العلاقات العامة، 2020/2021، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة.
16. ليلي شاوي، أساليب قياس الجمهور والوسائط الجديدة، تخصص اتصال جماهيري والوسائط المتعددة، قسم علوم الاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر. 03,2021/2020 .
17. ليلي فقيري، العلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بوضياف، المسيلة- الجزائر.

18. مناني صبرينة، محاضرة بعنوان مفاهيم عامة حول الاتصال، مقياس الاتصال، تخصص تسويق.

19. يحيى خديجة، محاضرات في نظرية اتخاذ القرارات، 2021-2022، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس.

(5) المواقع:

1. تلل سقف، الجمهور، علي إسماعيل الجاف، 2 نوفمبر، 2010، <http://-tellskuf.com>، 11:05

2. أي عربي، تعريف المؤسسة الصحية في علم الاجتماع الطبي، هديل العتوم، 16 أوت 2021 .
<http://e3arabi.com>

3. موضوع، خصائص العلاقات العامة، هايل الجازي 3 جويلية 40: 07 2017
<https://mawdo3.com>

4. حلوها، أهمية العلاقات العامة في المؤسسة وأهدافها، سامي بلال، 30 مارس 2021.
<https://w.w.w.helloha.com>

5. المرسل، العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار، إيمان محمود، 23 أكتوبر 2022، 19: 11
<https://www.almorsal.com>

6. دوسي ريا، الموسيقى كدواء للأمراض العقلية والنفسية الحضارة الإسلامية، محمد اوزملي،
24 سبتمبر 2022 8:20 <https://w.w.w.syria.tv>

7. قصة الإسلام، المستشفيات في التاريخ الإسلامي، راغب السرجاني، 20 مارس 2013، 00: 9
<https://ww.w.islemstory.com>

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة بحث

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الصحة

استمارة بحث بعنوان

واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية

تحت إشراف :

د مهدي لعموري

من إعداد :

-هديل عقون

-نور الهدى لعمامي

إلى موظفي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية قالمة:

تمثل هذه الوثيقة استمارة خاصة ببحث علمي خاص بتحضير شهادة الماستر تخصص علم اجتماع الصحة فالرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة بكل دقة وموضوعية مع العلم أن المعلومات المقدمة من طرفكم سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

شكرا لتعاونكم

ملاحظة: ضع (ي) العلامة (x) في المربع المناسب لإجابتك

السنة الدراسية

(2023/2024)

قائمة الملاحق

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

- 1/الجنس: ذكر أنثى
- 2/ السن : اقل من 25 سنة من 25 الى 45 سنة 45 سنة فما فوق
- 3/الحالة الاجتماعية : أعزب متزوج (ة) مطلق (ة) أرمل (ة)
- 4/نوع الوظيفة: إداري طب شبه طبي
- 5/الأقدمية [5-1] [6-10] [11-15] أكثر من 15 سنة
- 6/المستوى التعليمي: بكالوريا ليسانس ماستر دكتوراه

- أخرى تذكر :

المحور الثاني:مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية

8/ماذا تعني لك العلاقات العامة ؟

.....

9/ هل تحتوي المؤسسة الصحية على مكتب أو قسم خاص بالعلاقات العامة ؟

نعم لا

في حالة الإجابة ب لا إلى ما يرجع السبب حسب رأيك؟

.....

-من يتولى مهام العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية ؟

.....

10/حسب رأيك هل قسم العلاقات العامة في المؤسسة الصحية يعمل؟:

جيد جدا جيد سيئ سيء جدا

11/هل تعطي أهمية لوجود قسم للعلاقات العامة في المؤسسة الصحية ؟

نعم لا

في حالة الإجابة ب لا فلماذا ذلك ؟

.....

12/ماهي طبيعة علاقتك مع مدير المؤسسة الصحية ؟

جيدة جدا جيدة سيئة سيئة جدا

- هل تشارك مديرك بقراراتك

نعم لا

قائمة الملاحق

- إذا كانت الإجابة ب نعم فكيف يكون ذلك ؟

-هل يعطي لكم الفرصة لتقديم آراءكم و التعبير عنها ؟

نعم لا

-في حالة الإجابة ب لا فلماذا حسب رأيك

13/ماهي طبيعة العلاقة مع زملائك داخل المؤسسة الصحية ؟

جيدة جدا جيدة سيئة سيئة جدا

14/ما هو نوع العمل الذي تفضله ؟

فردى جماعى

- ولماذا

15/كيف تأثر طبيعة العلاقة في محيط عملك على أدائك ؟

تأثير سلبي تأثير ايجابي

-إذا كان التأثير سلبيا فكيف ذلك ؟

-المحور الثالث: الوسائل الاتصالية التي تعتمدھا إدارة المؤسسة في التواصل مع موظفيھا

16/ماهي الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المؤسسة ؟

-مكتب الإعلام و الاتصال

-السكرتارية

-أخرى تذكر

17/عندما تواجه المؤسسة مشكلة ما هل تقوم بإبلاغك؟

نعم لا

-في حالة الإجابة ب نعم بأي طريقة يكون ذلك ؟

18/ ماهي الجماهير التي تتعامل معها خلية الاتصال في المؤسسة؟

15

قائمة الملاحق

-الجمهور الداخلي (موظفين-عمال-أطباء)

-الجمهور الخارجي (مؤسسات – مواطنين.. الخ)

-الجمهورين معا (الداخلي والخارجي)

19/ماهي الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة في التواصل مع موظفيها ؟

ا- الوسائل المباشرة:

-مقابلات مؤتمرات اجتماعات محاضرات جميع الوسائل

-أخرى تذكر

ب-الوسائل الاتصالية المطبوعة :

-إعلانات صحف تقارير بائل جميع الوسائل

ج-الوسائل الاتصالية المسموعة :

-الإذاعة الهاتف النقال الهاتف الأرضي جميع الوسائل

د-الوسائل الاتصالية الالكترونية :

الفاكس البريد الالكتروني مواقع التواصل الاجتماعي جميع الوسائل

-أخرى تذكر

-أي من الوسائل التي ذكرت سابقا لها فعالية أكثر داخل المؤسسة الصحية حسب رأيك ؟

20/فيما تتمثل الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة الصحية لموظفيها ؟

الرحلات حفلات تكريم لا يوجد

-هل تستدعيكم مؤسستكم لحضور الحفلات في مناسبات معينة ؟

دائما نادرا أبدا

21/ماهي الوسائل التي تراها مناسبة لإعلامك بنشاطات المؤسسة ؟

-الاتصال الشخصي

-اللافتات

-الرسائل

-منشورات المؤسسة

-الملصقات

-جميع الوسائل

قائمة الملاحق

الحدور الرابع: العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية

22/ ما طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة داخل مؤسستكم ؟

مادية معنوية

ا-إذا كانت النقائص مادية فهل ذلك راجع الى :

-نقص وسائل الاتصال

-ضعف الميزانية المخصصة لأنشطة الاتصالية

-أخرى تذكر

ب-إذا كانت النقائص معنوية فهل ذلك راجع إلى :

-وجود التوترات

-غياب الأنشطة الترفيهية

23/ حسب رأيك هل العراقيل التي تواجه نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية راجعة الى :

-صعوبة الإقناع

-صعوبة مواجهة المشاكل

-صعوبة التحكم في مهارات الاتصال

-ماسبق

24/ ماهي الصفات التي تراها مناسبة في مسؤول العلاقات العامة لمواجهة مختلف المشاكل ؟

- القدرة على الحوار

-قوة الشخصية

-القدرة على الاتصال

-ماسبق

-أخرى تذكر

25/ هل ترى ضرورة وجود قسم خاص بالعلاقات العامة داخل مؤسستكم الصحية ؟

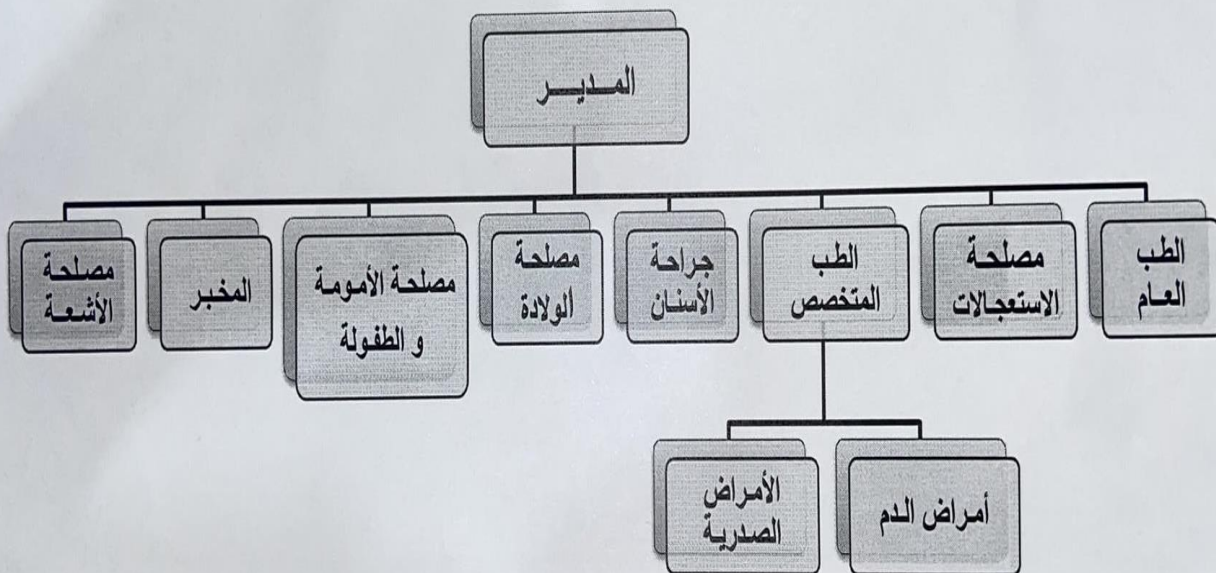
نعم لا

-إذا كانت الإجابة بنعم فماهي الاقتراحات التي تقدمها لتحسين مستوى العلاقات العامة في مؤسستكم

.....



الهيكل التنظيمي للعيادة المتعددة الخدمات شلاغمية عمارة



DENOMINATION ET CREATION

DENOMINATION

- Etablissement public de santé de proximité de Guelma
- Adresse: cité boukhama Mohamed Salah boumahra ahmed.
- Tél / fax : 037.22.23.24
- Email: epspguelma@gmail.com

CREATION

L'Établissement Public de Santé de Proximité de Guelma est créé par décret exécutif N°07/140 du 19/05/2007, portant création, organisation et fonctionnement des établissements public de santé de proximité et établissements public hospitaliers.

DESCRIPTIS TECHNIQUES ET SITUATION GEOGRAPHIQUE DE LA STRUCTURE

L'Établissement Public de Santé de Proximité de Guelma est limité par :

- Le nord par la commune Nechmaya,
- L'est la commune Djeballah Khemissi,
- Le sud la commune de Ain Sandel,
- L'ouest la commune de Roknia.

Il couvre géographiquement le territoire de 05 daïras et 14 communes.

تعتبر المؤسسات الصحية من المنشآت المهمة التي تتعامل مع مختلف شرائح المجتمع، كما تعد من المنشآت التي تنشط فيها إدارة العلاقات العامة وذلك لما تحتويه من أهمية داخل أي هيكل تنظيمي للمؤسسة.

-تهدف هذه الدراسة التي أجريت ب العيادة متعددة الخدمات شلاغمية عمارة تحت عنوان: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية إلى:

-إسقاط الضوء على واقع العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية.

-إظهار مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية

-معرفة مدى اهتمام العاملين بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي كونه يناسب هذا النوع من البحوث، أما عن طريق اختيار العينة فقد كانت العينة التطبيقية العشوائية مقسمة على ثلاث فئات: إداريين، أطباء، شبه طبي، كما تم الاعتماد على الملاحظة، المقابلة، الاستمارة، الوثائق والسجلات كأدوات لجمع البيانات وهذا للإجابة على التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة:

*ما هو واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية؟

واندرجت تحته الأسئلة الفرعية الآتية:

-ما المكانة التي تحتلها العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية؟

-ماهي الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة المؤسسة للتواصل مع موظفيها؟

-ماهي العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية؟

وانطلقت هذه الدراسة من ثلاث فرضيات فرعية مفادها:

-لا تحتل العلاقات العامة بمكانة هامة داخل المؤسسة الصحية.

-تعتمد إدارة المؤسسة على مختلف الوسائل الاتصالية للتواصل مع موظفيها.

-هناك مجموعة من العراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة.

-وبعد الدراسة الميدانية وجمع وتحليل البيانات تبين أن:

-لا وجود لمكتب أو قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية.

-وجود خلل في مستوى الهيكل التنظيمي وذلك بدمج العلاقات العامة بغير موقعها الخاص مع وظائف أخرى.

-خلط مفهوم العلاقات العامة بالاتصال.

-عدم إدراج العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته داخل الهيكل الإداري للمؤسسة.

Summary:

health institutions are considered an important faculty within communities, where it deals with different segments of society, it also one of establishments in which the public relations department is active this is because of the importance it certain.

This study conducted at the multi-service clinic, aims which is titled

The reality of public relationship in the Algerian health institutions to:

Shedding light on the reality of public relation in the health institution.-

Demonstrate the status of public relations within the health institution.-

-knowing the extent of interest of public relations workers within the health institution.

-In our study we relied on the descriptive approach as it suits this type of researches for the method of selecting the sample only, it was a random stratified sample. Observation, interview, questionnaire, documents and records also relied upon as study tools.

-this is to answer the main question of this study:

What is the reality of public relations ship in the Algerian health institutions?

And included under it the following sub-question:

-what is the place does public relations hold within the health institution?

-what are the means of communication used by the management of the institution to communicate with its employees?

-what are the obstacles that limit the effectiveness of public relations activity within the health institution?

This study was based on three sub-hypotheses:

-public relations does not occupy an important place whit in the health institution.

-the management of the institution depends on various means of communication to communicate with its employees.

-there are a set of obstacles that limit the effectiveness of public relations activity.

After field study and data collection and analysis, it was found that:

-there is no office or department for public relations within the health institution.

-the existence of a defect in the level of the organizational structure by merging public relations other than its own location with other functions.

-mixing the concept of public relations with communication.

-not to include public relations as a future branch in itself within the administrative structure of the institutions.