جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال

الموضوع:

واقع تطبيقات العلاقات العامة داخل المؤسسة الاستشفائية

دراسة استطلاعية لمستشفى محمد متريني بقصر البخاري

2018/05/08-2018/04/15

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبة:

- كركوب أمينة

إشراف الأستاذة:

-د/ نبيح أمينة

السنة الجامعية

2018/2017

شكر و عرفان

الحمد و الشكر لله كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم سلطانه و الصلاة و السلام على الحبيب

سيد الأنام .

و بعد ، عندما ترخى الأهداب لتعانق عنان السماء و تتخذ من أسلوب التغريد ما يغذيها تميزا ووفاء

ستسهم حروفها لتنهج أجمل معاني الامتنان و الوفاء لأستاذتي و قدوتي " نبيح أمينة "

التي كانت دائما مثل الأستاذة و المرشدة و الناصحة فلها الشكر و تقدير عرض الأرض و السماء.

و شكري للسادة الأساتذة المناقشين لجهودهم الطيبة و تشريفي بإبداء أرائهم و تقديم ملاحظاتهم

كما لا يفوتني في هذا المقام أن أوجه جزيل شكري لأساتذة قسم الإعلام و الاتصال, تخصص اتصال علاقات عامة فلهم جميعا جزيل شكري و خالص امتناني.

الإهداء

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحنان و التفاني إلى بسمة الحياة و سر الوجود إلى من كان دعائها

سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أمـــي " فاطمة " .

إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجو أن يمد الله في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم

أهتدي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد والـــدي " محمد " .

إلى من بهم أكبر و عليهم أعتمد إلى شمعة متقدمة تنير ظلمة حياتي إلى من بوجودهم أكتسب قوة و محبة لا حدود لها إلى من عرفت معهم معنى الحياة إخـــوتي " ابتسام ، شفاء ، عادل ، أحمد "

إلى إخوتي اللواتي لم تلدهن أمي إلى من تحلو بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء إلى ينابيع الصدق

الصافي صديقاتي " إيمان ، خولة ، سمية ، نادية ، رانيا ، حورية "

أهدي ثمرة جهدي و اجتهادي إلى من سعتهم ذاكرتي و لم تسعهم مذكرتي " أعمامي و عماتي، أخوالي و خالتي "

خطة الدراسة

المقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإشكالية

التساؤلات

أسباب إختيار الموضوعية

تحديد المفاهيم و المصطلحات

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

حدود الدراسة

الإجراءات المنهجية للدراسة

أ- نوع المنهج

ب - منهج الدراسة

ج- أدوات الدراسة

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

الدراسات السابقة

صعوبات الدراسة

الإطار النظري:

الفصل الثاني : ماهية العلاقات العامة

المبحث الأول : تعريف العلاقات العامة

المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة و تطورها

المبحث الثالث : أسس و مبادئ العلاقات العامة

المبحث الرابع: أهمية و أهداف العلاقات العامة

الفصل الثالث : واقع تطبيقات العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

المبحث الأول : المؤسسة الإستشفائية مفهومها و وظائفها

المبحث الثاني: استراتجيات العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

المبحث الثالث :أليات العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

المبحث الرابع: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

المبحث الأول : بطاقة فنية عن المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري

المبحث الثاني : تحليل بيانات المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري

المبحث الثالث: نتائج الدراسة في المؤسسة الإستشفائية .

خاتمة

الملاحق

قائمة المصادر و المراجع

قائمة الجداول:

رقم	عنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	62
02	توزيع أفراد العينة حسب المستوى	62
03	توزيع أفراد العينة حسب السن	63
04	نوعية العمل الذي يشغله المبحوث	64
05	مدى توفر المؤسسة على مكتب العلاقات العامة	65
06	وظائف المصلحة العلاقات العامة	66
07	المسؤول عن العلاقات العامة	67
08	الوظائف التي تقوم بها مكتب العلاقات العامة	68
09	نشاطات مصلحة العلاقات العامة	69
10	أشكال الاتصال بين الإدارة و الموظفين في المؤسسة	70
11	طرق الاتصال بين الإدارة في حالة حدوث مشكلة ما	71
12	العلاقات العامة ساهمت في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى بصفة	72
13	الجهة المكلفة بالاتصال و العلاقات العامة في المؤسسة	73
14	المسؤول العلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب	74
15	العراقيل التي تعيق إمكانيات لخدمة المؤسسة	75
16	طبيعة النقائص التي تواجه عملية تطبيق العلاقات العامة	76
17	نقائص المادية	77
18	نقائص معنوية	78

19	متغير المسؤول عن العلاقات العامة في المؤسسة مع الجنس متغير	79
20	**متغير الوضعية المهنية مع مستوى التعليمي**	80
21	متغير العلاقات العامة ساهمت في تحسين الصورة الدهنية مع المستوى التعليمي	81

مقدمة

مقدمـــة:

إن العلاقات العامة ظاهرة إجنماعيةحتمية تتمتع بجاذبية لدى المتخصصين و العامة ، ولدت بمولد الإنسان و فرضت نفسها على مستوى تعامل الأفراد فيما بينهم أو المؤسسات و المشروعات الخاصة أو العامة .

وبما أن العلاقات العامة لابد لها أن تتطور بتطور المجتمعات فإن ذلك لا يتعارض مع الحقيقة الثابتة ، و هي أن العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية حتمية لابد أن توجد في كل مجتمع نتيجة الإحتكاك الإجتماعي بين أفراده و مؤسساته و هيئاته ، و مع تعقيدات المجتمع و تشعب العلاقات الإنسانية في شتى الميادين الإقتصادية و الساسية و الإجتماعية ، و ما يواكب هذا العصر من تطور هائل في علوم الإعلام و الإتصال و نظرياته ،و ما تحققه التكنولوجيا الحديثة من قفزات و تطورات قد جعل الباحثين يدركون أن العلاقات العامة جديرة بالدراسة و البحث و الإستسقاء .

و لما أصبحت العلاقات العامة مفهوما و نشاطا واحد من مظاهر المعاصرة و شرطا من شروط التكيف لمستلزمات الحياة ، أصبحت العلاقات العامة جزءا من فلسفة حياتنا الإجتماعية لما تنطوي عليه من تصور لطبيعة العلاقات الإجتماعية التي يمارسها الأفراد ضمن المؤسسات و تمارسها هذه الأخيرة داخل المجتمع .

فالعلاقات العامة في إطار العام هي توجه المؤسسات لخدمة الفرد و الجماعة البشرية بإعتبارها العنصر الجوهري في أداء الأنشطة و الفعاليات المختلفة سواء كانت إقتصادية أو سياسية أو إجتماعية أو ثقافية ، و يرتبط تطور مراحل العلاقات العامة بالتطور السريع و المتواصل لحياة المجتمعات الممثلة في التطور الفكري للفرد و قوة الرأي العام في المجتمع و هذا ما جعل العلاقات العامة تلعب دورا أساسيا و محوريا في النهوض بالمؤسسات و تنمية أدائها حيث أصبح لزما على كل مؤسسة مهما كانت طبيعتها سواء عمومية أو خاصة ، الإعتماد على العلاقات العامة من أجل تنمية أدائها و تحقيق أهدافها و غاياتها و الوصول إلى نجاح مأمول ، و باتت العلاقات العامة وظيفة هامة و جوهرية تحتاجها كل منظمة أو مؤسسة من أجل التواصل و الإتصال المستمر بأعضائها و عملائها لضمان أكبر قدر من التفاهم و الثقة و الود و بالتالي تحقيق النجاح و تعتبر المؤسسة العمومية من بين المؤسسات التي هي

بحاجة إلى إدارة العلاقات العامة من أجل الإتصال و التفاعل و التواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي ، و من بين المؤسسات العمومية المؤسسة الإستشفائية و التي تعد المحطة الأولى التي يتصل بها الفرد عند أي تهديد عارض أو إستعجالي يستهدف صحته أملا في الحصول على العناية أو الإسعاف الأولي وفقا لتنظيمات و قوانين تحددها الوصاية من جهة أخلاقيات تفرضها الانسانية من جهة أخرى، فنجد داخل مباني المؤسسات الصحية تتعدد مصالحها و أجهزتها و اقسامها و تتميز بالتنظيم و التكامل بين مختلف عناصره من أجل الوصول إلى الهدف الأول المتمثل في توفير الرعاية الصحية للمريض ،وتظهر جليا في مدى التطبيق السليم للعلاقات العامة فالتكامل و التنظم يؤثران بشكل مباشر على علاقة الموظفين فيما بينهم من جانب وما بين الموظفين و المرضى من جانب أخر.

و مما تقدم نجد بأن العلاقات العامة في إطارها المعاصر هي بمثابة ثورة في الفكر الإداري و قفزة نوعية في تغيير مسار المؤسسات و نجاحها ، غير أن هذا الدور المتميز لوظيفة العلاقات العامة لم يقترن بإهتمام كاف في مجتمعاتنا الجزائرية على حد علمنا ، حيث ندرة واضحة في الكتابات التي تخص هذا الموضوع و القليل من البحوث و الدراسات التي تعرضت لأهمية العلاقات العامة لأجل ذلك إرتأينا أن نتناول موضوع العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية لتوضيح وظائفها الحقيقية و الوقوف على واقع تطبيق العلاقات العامة داخل المؤسسة و كذلك بعض المشاكل التي نجد في فعاليتها من أجل هذا تناولت في هذا البحث جانبين جانب نظري و جانب ميداني .

الإطار المنهجي : وقد إختص بطرح الإشكالية و مجموعة من التساؤلات إضافة إلى أسباب إختيار الموضوع و أهميته و أهدافه ، كما يشمل هذا الفصل بعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بالمفاهيم المتداولة و ينقسم الإطار النظري إلى فصلين هما :

الفصل الأول : ماهية العلاقات العامة .

وقد تطرقنا في هذا الفصل إلى تعريف العلاقات العامة و نشأة العلاقات العامة و أسس و مبادئ العلاقات العامة بالإضافة إلى أهمية و أهداف العلاقات العامة .

الفصل الثاني :واقع العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية .

و تطرقنا إلى المؤسسة الإستشفائية مفهومها و وظائفها ، وكذا العلاقات العامة في المؤسسة إستراتجيات و آليات و كذا واقع العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية

و فيما يخص الجانب التطبيقي الميداني فهو دراسة منهجية المؤسسة العمومية الإستشفائية بقصر البخاري بتحديد كل من نشأتها و مهامها و كذا الهيكل التنظيمي .

الإطـــار المنهـــجي

الفصل الأول:الإطار المنهجي

- الإشكالية.
- التساؤلات .
- أسباب إختيار الموضوع
-تحديد المفاهيم و المصطلحات .
- أهداف الدراسة .
- أهمية الدراسة
_حدود الدراسة
- الإجراءات المنهجية للدراسة .
-أ. نوع المنهج
- ب.منهج الدراسة
_ج.أدوات البحث
- مجتمع البحث
- عينة الدراسة .
- الدراسات السابقة
- صعوبات الدراسة

الإطار المنهجي

الإشكالية :

تعد العلاقات بين الأفراد من أهم مميزات المجتمع الإنساني ، فهي أساس لقيام التفاعل و التواصل الذي يضمن من خلاله أفراد المجتمع تلبية جميع متطلباتهم و حجياتهم ، فالإنسان بحاجة دائمة و مستمرة للأخرين ، فهو لا يمكن أن يعيش بعزل عنهم و المعروف أن المجتمع لم يظل على حالته الأولى ، أين كانت متطلبات الأفراد بسيطة يمكن تليبتها بسهولة فمع التطور الدائم للمجتمع تطورت المجتمعات و كثرت الحاجات و تعقدت الحياة و لم يعد من السهولة بالمكان إيجاد توافق و إنسجام بين رغبات الأفراد ، فبالمقابل ظهرت مؤسسات و من بينها المؤسسات الخداماتية و قد عرفت المؤسسات الخدماتية تطورا كبيرا و تعد المؤسسات التي تقدم خدمات من أخصب المجلات التي تنشط فيها إدارة العلاقات العامة ، ومن بين هذه المؤسسات ، المؤسسة الإستشفائية باعتبارها واحدة من المؤسسات الخدماتية التي تمثل بناء إجتماعي تعبر عنه مجموعة من العلاقات المهنية بين المهنيين الطبيين من أطباء و ممرضين و غيرهم من أعضاء الهيئة الطبية و الموظفين و التي هي بأمس الحاجة الى العلاقات العامة إذا تتفاعل إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية مع المرضى و ذويهم و مع الأطباء و شركات التامين.

كما أن المؤسسة الإستشفائية كغيرها من المؤسسات الصحية التي تقدم خدمات للمواطنين يحتاج إجراء الاتصلات مع الجمهور ، وتعد العملية الإتصالية من الدعائم الأساسية للمؤسسة ، و ذلك من خلال الدور الذي تقوم به في تسيير و تنظيم العلاقات .

و هذا من أجل إعلان عن أهداف و منجزات أنظمة المستشفى و مرعاة شؤون المرضى و المحافظة على ممتلكات المستشفى ، نظرا لنمو الوعي لدى فئات المجتمع المعاصر و الأقدام على مواجهة المؤسسة الصحية في مختلف مصالحه طلبا للرعاية و العلاج بإعتباره القطاع الحساس و نظرا للخطورة التي تتعرض لها في الأونة الأخيرة أصبحت إدارة العلاقات العامة تلعب دورا مهما في هذا المجال من خلال تطبيقات العلاقات العامة داخل المؤسسة و مع تزايد المشكلات التي تحدث في

المؤسسة الإستشفائية و توتر العلاقة بين المريض و المستشفى عامة جعل الباحثين يركزون على أهمية العلاقات العامة في تصحيح الصورة و هو ما يجعلنا نطرح الإشكالية التالية :

ما واقع تطبيقات العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية الإستشفائية بمستشفى محمد متريني بقصر البخاري ؟

التساؤلات:

1_ ما هي وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية ؟

2_ ما هي الوسائل و الأساليب المستعملة في إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية ؟

3_ هل العلاقات العامة تؤدي مهامها بكفاءة تامة ؟

4_- ماهي العراقيل التي تحد من فعالية تطبيق العلاقات العامة في المؤسسات الإستشفائية بمستشفى محمد متريني ؟

أسباب إختيار الموضوع :

لا شك أن كل دراسة علمية تنطلق من أسباب قد تكون موضوعية أو ذاتية إذا إختيارنا لموضوع تطبيقات العلاقات العامة في مؤسسة إستشفائية محمد متريني يعود إلى :

أ/ الأسباب الموضوعية :

- تعتبر العلاقات العامة في العصر الحديث كنشاط ضروري لكافة المؤسسات بما فيها الخدماتية

- معرفة واقع تطبيقات العلاقات العامة و مدى أهميته في تسهيل عملية تقديم الخدمات الإجتماعية داخل المؤسسة الإستشفائية

- التعرف على كيفية ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات لتشخيص النقائص و تقديم إقتراحات لتفاديها .

ب / الأسباب الذاتية :

- الاهتمام الشخصي بهذا النوع من الدراسات التي تهتم بالعلاقات العامة في المؤسسات و خاصة المؤسسات الإستشفائية كونه كان محل فضول كبير لنا

- الميل الذاتي لدراسة واقع تطبيقات العلاقات العامة في المؤسسات الإستشفائية و أهميتها في الحفاظ على الصحة العمومية.

تحديد المفاهيم و المصطلحات :

*** العلاقات العامة :**

لغة : العلاقات تعني الصلات و الروابط التي تصل بين المؤسسة و العامة و يقصد بها عامة الشعب و الناس الجماهير المتكامل داخل المؤسسة[1]

إصطلاحا :إنها وظيفة إدارية ذات طابع مستمر تهدف من خلالها المنظمات و الهيئات العامة و الخاصة إلى كسب الثقة و المحافظة على التفاهم و العاطف و تأييد أولئك الذي تهتم بهم عن طريق تقسيم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط بياناتها و إجراءتها قدر الإمكان لتحقيق التعاون المستمر[2]

التعريف الإجرائي : العلاقات العامة هي نشاط الذي يقوم على توطيد الثقة و التفاهم المتبادل بين المؤسسة و جمهورها بإختلاف أنواع المؤسسة الخدماتية أو التجارية

***المؤسسة الإستشفائية:**

لغة : هي جمعية أو معهد أو شركة يقال مؤسسة علمية أو مؤسسة إستشفائية[3] .

إصطلاحا : هي مؤسسة صحية قومية ذات طابع إداري تتولى تقديم مزيج من الخدمات الصحية الوقائية والتعليمية والتدريبية كما تساهم في رفع المستوى الصحي للبلاد[4] .

التعريف الإجرائي : المؤسسة العمومية للصحة هو منشأة خدماتية في تسييرها الرئيسية هي تقديم خدمات صحية و ضمان تطبيق برامج الوقاية و العلاج الأساسية.

[1] عبد العزيزصالح،الادارة العامة المقارنة،الطبعة الاولى،دار العالمين الدولية للنشرو التوزيع بعمان 2000، ص 75

[2] ابراهيم امام ، فب العلاقات العامة و الاعلام ، بدون طبعة المكتبة النجو مصرية ، عمان 1980، ص 66

[3] المنجد الابجدي ، بيروت لبنان ، دار المشرق ، الطبعة الخامسة 1967، ص 231

[4] – عرابة الحاج ، ازدواجية السلطة في المستشفيات ، مجلة الباحث ، جامعة ورقلة ، العدد 7، 2009/ 2010

***أهداف الدراسة :**

1-معرفة خصائص العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية .

2-البحث على مدى فعالية هذه العلاقات في المؤسسة الإستشفائية ، وذلك بإبراز الدور الحقيقي لواقع تطبيق العلاقات العامة و مكانتها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية .

3- كشف العوائق التي تتعرض العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية الصحية .

4-نقص مثل هذه المواضيع في مجال البحث العلمي .

5-كشف عن أهم الوسائل الإتصالية المستخدمة داخل المؤسسة.

***أهمية الدراسة:**

يكتسب هذا البحث أهميته من أهمية العلاقات العامة ، خاصة وإن إدارة العلاقات العامة هي الشريان بين المؤسسة و جمهورها ، و هو ما يثبته فشل المؤسسات التي لا تنزل إدارة العلاقات العامة منزلتها المناسبة داخل هيكلها التنظيمي فنجاح أي مؤسسة يتوقف على جدوى و فعالية هذه الإدارة كما تكمن الأهمية القصوى للبحث في تعرضه لموضوع العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية حيث نرى في وقتنا الحالي أن معظم المؤسسات إن لم نقل كلها ، بأمس الحاجة إلى إدارة العلاقات العامة ، شرط أن تنزلها المؤسسة منزلتها المستحقة كما تتمثل أهمية الدراسة في الكشف عن مفهوم العلاقات العامة و خصائصها بإعتبارها عنصر فعال ، و تسعى من خلالها المؤسسة الإستشفائية لتحقيق الرعاية الملائمة .

***حدود الدراسة :**

أ – الإطار المكاني للدراسة :

إن الإطار المكاني لدراستنا محصور في المؤسسة الإستشفائية محمد متريني لمدينة قصر البخاري بولاية المدية .

ب – الإطار الزماني :

لا توجد دراسة إلا و أخذت حيزا زمانيا و إن دراستنا أو الجانب الميداني للدراسة قد أخذ مدة زمنية 15 أفريل إلى 08 ماي و هي المدة التي إستغرقناها في عملية توزيع الإستمارات على المبحوثين و الإتصال بأفراد العينة .

***إجراءات المنهجية :**

أ – نوع الدراسة :

إستعملنا في هذا البحث الدراسة الإستطلاعية و تسمى أيضا بالبحث الكشفي أو الصياغي , و فيه يلجأ الباحث لإجراء دراسة إستطلاعية عندما يكون مقدرا ما يعرفه عن الموضوع قليلا جدا لا يؤهله لتصميم دراسة و ضعية و ذلك عن طريق إجراء منهجية محددة تتفاعل لتحقيق أهداف الدراسة الإستطلاعية ، و تتمثل هذه الدراسات أو الأبحاث في الغالب نقطة البداية في البحث العلمي يتليه النظري و التطبيقي و البحث الإستطلاعي أو الدراسة العلمية الكشفية ,الصياغية الإستطلاعية هو البحث الذي يستهدف التعرف على المشكلة فقط و تكون المعلومات عنها ضئيلة و عادة ما يكون هذا النوع من المبحوث تمهيد البحوث أخرى تسمى لإجاد حل للمشكلة[1].

[1] عبد الباسط محمد ,حسن أصول البحث الاجتماعي , مكتبة و هية القاهرة ص 220

ب _منهج الدراسة :

-يعد المنهج العمود الفقري لبناء و تصميم دراسة أو بحث كونه الطريق الذي يتبعه الباحث للوصول إلى نتائج علمية دقيقة و بالتالي إمكانية تعميمها , و هو يمثل مجموعة القواعد العامة التي تواجه الباحث للوصول الى الحقيقة العلمية[1] .

- يعتبر المنهج الطريق و الخطوات المنظمة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكله البحثية وصولا بنتيجة معينة , بحيث يتضمن مجموعة من الخطوات و القواعد المنظمة التي يسترشد بها العقل البشري وصولا الى الحقيقة العلمية في الظواهر موضوع الدراسة[2] .

و دراستنا نتناول موضوع البحث في ميدان واقع تطبيقات العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية لمستشفى محمد متريني بقصر البخاري لهذا إعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي .

و قد عرف الباحث دوقان عبيدات المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي و جوانب قوتها و ضعفها [3].

ج_أدوات جمع المعطيات :

إن إختيارها يتوقف على موضوع البحث و مداه و نوع المعلومات المطلوبة ، لذا إعتمدنا في دراسنتا على المقابلة و الإستبيان للحصول على المعلومات .[4]

المقـابلة :

من الأدوات الرئيسية في جمع المعلومات و البيانات حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات و البيانات و يعرفها محمد عبد الحـــــميد أنها ذلك التفاعل

[1] على شتى المنهج العلمي و العلوم الاجتماعية ، و مطبعة الاشعاع ، القاهرة ، 1997 ، ص 296

[2] حامد عبد الماجد ، مقدمة في منهجية دراسة طرق بحث الظواهر السياسية ، دار الجامعة للطباعة و النشر 2000 ، ص 17

[3] محمد الغريب عبد الكريم ، البحث العلمي لتصحيح المناهج و الاجراءات ، المكتب الجامعي الاسكندرية ، 1982، ص 99

[4] محمد مقاسم ، مدخل الى المناهج البحث العلمي ، دار النهضة العربية للطباعة و النشر الطبعة 1 ، 1992 ، ص 60

اللفظي المنظم بين الباحث و المبحوث لتحقيق هدف معين[1] .

و تمتاز المقابلة بجمع المعلومات لأنها تدل المبحوث على مدى إهتمام الباحث ببحثه كما تسهل عملية جمع البيانات و تمكن الباحث من السيطرة على الموقف الذي يجري [2] , فيه جمع المعلومات و تمكنه كذلك من إكتشاف العلامات و الإشارات غير اللفظية التي تصدر عن المبحوث[3] .

إعتمدنا على المقابلة الشخصية في جمع المعلومات اللازمة للبحث ، و قد تم إجراء المقابلات مع مجموعة من العمال و الأطباء بالمؤسسة الإستشفائية محمد متريني بقصر البخاري لقد تم الإستعانة بالمقابلة في بحثنا هذا وهي عبارة عن مجموعة من المقابلات المدعمة للإستمارة وقد تم القيام بمقابلة مع مسوؤلين 2 0 إثنين وتم توجيه مجموعة من الأسئلة لهم تخص تساؤلات.

الإستبيان :

يعتبر الإستبيان أداة أساسية لطبيعة الإطار التطبيقي و هو من الأدوات الشائعة الإستعمال في علوم الإعلام و الإتصال ، حيث يعرف على أنه مجموعة من الأسئلة المتنوعة و التي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه و يرسل الإستبيان بالبريد أو بأي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأحزاب أو المؤسسات التي إختارها الباحث لبحثه لكي يتم تعبئتها ثم إعادتها للباحث[4] .

الإستبيان في البحث العلمي هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية ، ليقدم المبحوث إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة و يعتبر الإستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الإستعمال في العلوم الإنسانية خاصة علوم الإعلام و الإتصال حيث يستخدم في الحصول على المعلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها

[1] جمال محمد أبو شنب ، البحث العلمي ، المناهج و الطرق و الادوات ، دار المعرفة الجامعية ، دون طبعة ، النشر 2001 ، ص 165

[2] محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1993 ، ص22

[3] راسم محمد كمال مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية ، جامعة القاهرة 1999 ، ص 154

[4] الدكتور عبد المعطي محمد العساف ، التطورات المنهجية و عملية البحث العلمي ، دار النشر ، 2002

بنفسه لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها [1] و تم الإعتماد على الإستبيان كأداة أساسية نظرا لما يتميز به عن الأدوات الأخرى ، إذ تعتبر من أكثر الأدوات إستخداما لما توفره من سهولة جمع المعلومات و البيانات الميداني .

لقد تم تصميم الإستمارة على شكل منظم و إحتوت الإستمارة على 20سؤال مقسمة على 03 محاور كل محور يمثل مجموعة من الأسئلة التي تمس تساؤل معينا من تساؤلات الدراسة و تم توزيع مجموعة من الإستبيانات على مجموع أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة و التي تقدر ب 60 إستمارة و قد تم إسترجاعها كاملة.

[1] أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، دوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية بن عكنون الجزائر ، الطبعة الثالثة ، 2007 ، ص 221-220

مجتمع البحث و العـينة :

أ – مجتمع البحث :

إن لكل بحث مجتمع تدور حوله الدراسة و عادة ما يواجه الباحثون مشكلة الأعداد الكبيرة لمجتمع البحث محل الدراسة ، و هو ما يصعب دراسته و هو ما يترتب عليه من مصاريف مالية و جهد بشري كبير وقت طويل إضافة إلى الصعوبات التي تواجه الباحث أثناء جمع البيانات ، و هذا ما يجعل الباحث يتجه إلى دراسة عدد صغير من الناس يمثلون المجتمع الكلي أفضل تمثيل و هذا العدد يطلق عليه عينة الدراسة .

و يقصد بمجتمع البحث "مجموعة عناصرها خاصية أو عدة خصائص تميزها عن غيرها من العناصر و التي يجري عليها البحث أو التقصي "[1] .

و قد يمثل مجتمع البحث كل من عمال و الموظفيين بمستشفى محمد متريني موزعين على أقسام المستشفى .

ب- عينة الدراســة :

تعرف العينة على أنها عملية المعاينة أي إختيار جزء من المجموعة أي من المادة حيث يمثل هذا الجزء مجموعة كلها أو بمعنى إختيار الجزء الذي يمثل الكل[2].

العينة هي إختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث و هي تعني جزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ، ليمثل من حيث النتائج مجتمع البحث تمثيلا سليما و إذ إخترنا لعينة الدراسة الخاصة بالعاملين بمستشفى قصر البخاري طبقيا حيث في هذا النوع من العينات يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات أو فئات معينة وفق معيار و يعتبر ذلك المعيار من عناصر أو متغيرات الدراسة الهامة

[1] موريس انجز س، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية ، ترجمة ، بوزيد صحراوي و اخرون ، طبعة 2 الجزائر ، دار القصبة للنشر 2004-2006

[2] احمد بن مرسلي ، نفس المرجع السابق ، ص 55

بعد ذلك يتم إختيار عينة من كل طبقة بشكل عشوائي و بشكل يتناسب مع حجم الفئة في مجتمع الدراسة الأصلي و إعتمدنا على العينة الطبقية العشوائية .

*** العينة الطبقية العشوائية :**

تعرف على أنها العينة التي يقوم الباحث بإختيار مفرداتها عن طريق تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات أو فئات معينة و تهدف هذه الطريقة إلى الجمع بين مميزات العشوائية مع الزيادة في دقة التحليل .

إستهدفت هذه الدراسة عينة طبقية طاقم طبي ، طاقم إداري حيث عرفت أنها في هذا النوع من العينات يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات أو فئات معينة ، وفق معيار معين و يعتبر ذلك المعيار من عناصر أو متغيرات الدراسة الهامة بعد ذلك يتم إختيار عينة من كل فئة أو طبقة بشكل عشوائي و بشكل يتناسب مع حجم الفئة في مجتمع الدراسة الأصلي .

تم توظيف العينة الطبقية والتي تعتبر من أحسن العينات تمثيلا لمجتمع الدراسة بإعتبارها تتيح الفرصة لجميع مفردات المجتمع بالتمثيل و تم إختيار 60 شخصا ، و تم أخذ مجموع متساوي من المفردات من كل مصلحة داخل المستشفى فقد تم توزيع 10 إستمارات في كل مصلحة أي 60 إستمارة على 06 مصلحات :

_مصلحة الإدارة وزعت 10 إستمارات .

_مصلحة الإستعجالات وزعت 10 إستمارات .

_مصلحة الولادة وزعت 10 إستمارات .

_مصلحة طب الأطفال وزعت 10 إستمارات .

_مصلحة طب النساء وزعت 10 إستمارات .

_مصلحة طب الرجال وزعت10 إستمارات .

الدراسة الأولى :

مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام و الإتصال من أعداد الطالب :

بن قيط الجودي تحت عنوان : إستراتجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية دراسة وصفية للإدارة الإستشفائية بالأغواط إنطلاقا من الإشكالية التالية :

*ماهي إستراتجية الإتصال للإدارة الإستشفائية ؟[1]

و قد دعم الباحث هذه الإشكالية بالتساؤلات التالية :

-إستراتجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية و الإدارة الأستشفائية بالأغواط موجودة أم لا ؟

-أين تظهر الإستراتجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية من خلال الإدارة الإستشفائية بالأغواط ؟

-إستراتجية الاتصال للإدارة الإستشفائية ؟

-ما مدى نجاح إستراتجية الاتصال للإدارة الإستشفائية ؟

***الإجراءات المنهجية للدراسة:**

إستخدم الباحث في دراسته الدراسة الوصفية و إتبع المنهج المسحي ، و قد إستعمل في دراسته المقابلة و الملاحظة و كذا السجلات و الوثائق و طبق هذه الأدوات على العاملين في الإدارة الإستشفائية الجزائرية، و إستعمل العينة القصدية و كانت أهم نتائج الدراسة كما يلي :

[1] بن قيط الجودي ، استراتجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية ، دراسة وصفية للغدارة الأستشفائية بالأغواط 2011، 2010

- تؤكد نتائج الدراسة على أن مفهوم العلاقات العامة في وزارة الصحة مازال محدودا ينحصر في تنظيم المؤتمرات و القيام بإجراء التأشيرات و حجوزات الفنادق ، و بعض الإتصالات أو تنسيق مع وسائل الإعلام بعبارة أخرى حسب الباحث أن جهاز العلاقات العامة بوزارة الصحة مازال لم تخرج بعد من حيز نموذج الرعاية و الإعلام الإجابي للمنظمة .

- و تشير النتائج الدراسة كذلك غلى الدور المحدود للعلاقات العامة في إتصال الداخلي و الخارجي للمؤسسات الصحية في الدولة ، و كذلك أوقات المشاكل و الأزمات كما أكدت الدراسة على إنعدام دور العلاقات العامة في البحث و التخطيط و المساهمة في إنجاز القرار ، نظرا للمكانة الضعيفة لأقسام العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة و كذلك نظرا للنقص الكبير التي تعاني منه هذه الأقسام، فيما يخص الموظفين و الأجهزة و أهم من كل هذا و ذلك نظرا لعدم إقتناع المسؤولين بأن العلاقات العامة دور في هذا المجال.

الدراسة الثانية :

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال من إعداد الطالبة : حاج أحمد كريمة تحت عنوان : العلاقات العامة داخل المؤسسة ، دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex إنطلاقا من الإشكالية التالية[1] :

- ما مدى أهمية و فاعلية العلاقات العامة لجانب إتصالي في المؤسسة ؟

ودعم الباحث الإشكالية بالتساؤلات التالية :

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية ؟

- ما موقع العلاقات العامة في مؤسسة النسيجية ؟

- ما حجم إدارة العلاقات العامة في مؤسسة Denitex؟

[1] حاج احمد كريمة ، العلاقات العامة داخل المؤسسة ، دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية 2010/2009

ماهي المهام و وظائف العلاقات العامة في المؤسسة Denitex -؟

الإجراءات المنهجية لدراسة:

إستخدم الباحث في دراسته دراسة حالة و إتبع المنهج دراسة حالة، و قد إستعمل في دراسته الإستبيان و المقابلة و الملاحظة و كذا السجلات و الوثائق و طبق هذه الأدوات على العاملين في مؤسسة الصناعات النسيجية ، و إستعمل العينة العشوائية و كانت أهم نتائج الدراسة كما يلي :

-أكدت النتائج الدراسة عدم وجود مكانا للإدارة العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته عن باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة بالرغم من صلاحيته و أهميته في تطوير الإتصالية بين المؤسسة و جمهورها ، فالإتصال الداخلي للمؤسسة يتمثل في علاقة إدارات المؤسسة و تشابك نشاطاتها و التي تقوم في كثير من الأحيان بمهام العلاقات العامة كمديرية التجارة مثلا من صلاحيتها الإتصال المباشر بالزبون و بمختلف المؤسسات ، و عليه فإن موقع العلاقات العامة بمؤسسة الصناعات النسجية غير موجود و كل هذا يؤكد الفرضية الأولى للبحث و التي تعتبر أن العلاقات بمؤسسة Denitex الصناعات النسجية مفهوم لم يطبق على مستوى المؤسسة .

صعوبات الدراسة :

هناك عدة صعوبات واجهتنا أثناء القيام بالدراسة :

- ضيق الوقت و صعوبة الحصول على بعض المعلومات من موظفي المؤسسة
- قلة المراجع و المصادر التي لها صلة بموضوع و كذا ندرة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع واقع تطبيق العلاقات العامة
- التحفظات التامة في منحنا المعلومات التي نحتاجها في دراستنا إضافة إلى تخوف الذي لمسناه لدي البعض بعد تسلم الإستمارة حيث إضطررنا إلى تقديم توضيحات في كل مرة حول سرية المعلومات و إستخدامها لأغراض البحث العلمي فقط .

الإطـــار النظـــري

الفصل الثاني : ماهية العلاقات العامة

البحث الأول : تعريف العلاقات العامة

المبحث الثاني : نشأة العلاقات العامة و تطورها

المبحث الثالث : أسس و مبادئ العلاقات العامة

المبحث الرابع : أهمية و أهداف العلاقات العامة

تمهيد :

تمثل العلاقات العامة أهمية كبيرة في كل مؤسسة عامة أو خاصة كونها وسيلة ربط المؤسسة بجمهيرها ، كما أصبحت مهمة العلاقات العامة تعقيدا في ظل تطلعات الجماهير وحدهم تلبية كل مطالبهم بسهولة ، و من هنا تكمن صعوبة المعادلة التي تقوم بها العلاقات العامة حيث تحرص على خلق الترابط الوثيق بين الدائرة التابعة لها و التعامل معها و في الوقت نفسه تعمل العلاقات العامة على تعزيز اليات التواصل بين الإدارة العليا و القائمين عليها .

و من ذلك تطرقنا في هذا الفصل إلى تعريف العلاقات العامة و نشاتها بالاضافة إلى أسس و مبادئ العلاقات العامة و كذا و أهداف و أهمية العلاقات العامة .

المبحث 01: تعريف العلاقات العامة

قد تكون من الصعب إختيار مفهوم أو أكثر من المفاهيم التي طرحت بشان العلاقات العامة الأمر الذي دعا الكثير إلى القول بأن العلاقات العامة في أمس الحاجة إلى علاقات عامة بمعنى أن مفهومها لا يزال يكتفه الغموض[1] .

المفهوم اللفظي :

هي مفهوم مركب من كلمتين العلاقات و العامة و هي كما **أوردها** المنجد لا بحده من المصدر علائق و تعني حصيلة الروابط و الصلات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما و الجماهير التي تتعامل معها[2].

المفهوم التخصصي :

نقصد بذلك عرض بعض المفاهيم التخصصية أي التي تنتهي إلى مجال من المجالات ب إعتبارها تمثل أرضية مشتركة للعديد من المجالات و ذلك على النحو التالي :

المفهموم الإقتصادي :

مفهوم (سيل jc seidel) هي عملية مستمرة تقوم بها إدارة المؤسسة للفوز بثقة مستخدميها و مستهلكيها منتجاتها و الجمهور عموما .

المفهوم التربوي :

مفهوم (أمر سونريك wemersonrece) مدير العلاقات العامة هي : عملية رائعة مستمرة تتناغم فيها مصالح الأفراد و الجماعات فيصبح بذلك الفوز بالثقة و التأييد أمرا ميسورا.

المفهوم الإجتماعي :

نأخذ مفهوم وكيل جمعية الصليب الأحمر الأمريكية (هوارد يونهايم) العلاقات العامة هي فن ترقية التفاهم مما يؤدي إلى مزيد من الثقة بالأفراد و المؤسسات .

[1] سمير حجسن منصور .مناهج العلاقات العامة .دار المعرفة الجامعية,ص12

[2] المنجد الابجدي ,بيروت المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري ,طبعة 8ص60

_ مفهوم دائرة المعارف البريطانية للعلاقات العامة:

هي مظاهر النشاط التي نتصل بتفسير و تحسين العلاقة بين هيئة ما سواء كانت ذات مصلحة شخصية إعتبارية أو فردية أي يملكها فرد واحد و يبين جمهور له إرتباط أو إتصال بهذه الهيئة .

_مفهوم الجمعية المهنية الأوروبية للعلاقات العامة:

العلاقات العامة هي وظيفة أو نشاط مؤسساتي عام أو جامد يهدف إلى توفير وتحسين العلاقات والثقة والتفهم مع الجماعات أو ما يعرف بالجمهور سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها فإن هذا الأخير هو الذي يحد بين كيانها وتطورها[1].

_مفهوم دائرة المعارف الأمريكية العلاقات العامة :

الفن الذي يقوم على التحليل والتأثير والتفسير لموضوع معين سواء كان يدور حول فكرة أو حول شخص أو حول جماعة أي تهيئة السبل أمام الجماهير لكي تعترف بالفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع وأنه يستفيد فعلا من أداء ذلك [2].

_مفهوم المعهد البريطاني للعلاقات العامة:

هي المجهودات المبذولة والمخططة والموجهة من أجل إقامة فهم وتعاون مشترك بين المنظمات وشعوبها ، وهي كذالك الجهود المخططة والمرسومة يقصدها التفاهم المستمرة بين المنظمة وجماهيرها.

_-مفهوم جمعية العلاقات العامة العربية :

يعرفها الدكتور محمد الجوهري رئيس سابق لجمعية العلاقات العربية : هي مسؤولية وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة السياسية والإقتصادية الإجتماعية والعسكرية للحصول على ثقة وت أكيد جمهورها الداخلي أو الخارجي وذلك بالأخبار الصادقة و الأداء النافع الناجح في جميع مجالات العامة.[3]

[1] فضيل دليو اتصال المؤسسة إشهار علاقات عامة ،علاقات مع الصحافة:طبعة 1القاهرة ،دار الفجر للنشر والتوزيع2003ص 52

[2] عبد المجيد محمود صالح وأخررون العلاقات العامة والاعلام هي الخدمة الاجتماعية إدارة المعرفة الجامعية مصر 2004 ص27

[3] محمد عبد الرحيم :العلاقات العامة بين الادارة والاعلام القاهرة ،مكتبة دار التاليف ،1986 ص15

المبحث 02: نشأة العلاقات العامة وتطورها

الحاجة الملحة إلى التجديد والتغير في الحياة الإنسانية وظهور الثورة العلمية التي عجلت في إنفصال العلوم عن بعضها البعض و بروز العديد من العلوم الحديثة ، والعلاقات العامة من أحدث العلوم إنفصلت عن العلوم الإجتماعية بالرغم من حداثتها للعلم فإننا نجيد لها جذور تعود إلى البداية الأولى للإنسان[1] ، وترجع أولى هذه العلاقات إلى تلك التي كونها الإنسان مع أسرته التي ولد فيها ، ثم إتسعت هذه الوحدة الإجتماعية حتى صارت عشيرة تتكون من عدة أسس ثم تكونت القبيلة من جمع العشائر وكلما إتسع نطاق الوحدة الإجتماعية التي يرتبط بها الإنسان كما إتسعت دائرة علاقاته ونشبت هذه العلاقات وأصبحت تتجه من البساطة إلى التعقيد .

أ_العلاقات العامة عند قدماء المصريين:

حرص ملوك مصر الفرعونية وك نظتها على الاتصال بالأهالي ،حيث كان الكهنة ينقلون الأحكام الإلهية للناس كما ينقلون للملك المظالم التي يمكن أن يتعرض لها الشعب كما إهتمو بتسجيل مختلف الأحداث الهامة في مجتمعهم من إنتصارات حربية و بعثات تجارية و مشروعات كبرى كحفر وإقامة الجسور،كل هذا كان يهدف الإعلام بها وكسب تأيد الجماهير وإقناعهم بأن الحاكمة يعمل من أجل رفاهيتهم كل إستخدم واجهات المعابر لنقش التعاليم الدينية وصور عليها الأحداث البارزة سواء كانت سياسية أو إقتصادية أو دينية

ب_العلاقات العامة عند اليونان والرومان :

توسع الرومان واليونان أكثر من البابلين في الأنشطة المت خلفة بالعلاقات العامة .حيث كانت حضارة اليونان والرومان تعتمد على ثقة الجمهور وتأتيد الرأي العام ، فاليونان عرفت أهمية الإعلام النشر وطرق التأثير في الجماهير ،حيث كان الشعب اليوناني في حرية تامة في توضي ح أرائه وأفكاره للمسؤولين وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم [2], كما كانت حكومة المدنية اليونانية تستمد سلطتها من رضا المحكومين حيث كانت تفسح المجال لتبادل الأفكار و المناقشة الحرة التي

[1] محمد بهجهت جاد الله لكشك ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ،بدون طبعة إدار المعرفة الجامعية الحديثة الإسكندرية 2003.ص32

[2] هناء حافظ بدوني، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ،أسس نظرية ومجالات تطبيقية .المكتب الجامعي الحديث ،القاهرة ،2001، ص14

يندفع المساهمة فيها جميع المواطنين و إستخدام اليونان السوفسطائين أهم عبارة عن أشخاص يحترفون الإقناع و يدرسون فنون اللئطبة الحطابة و يتقنونها و كان لهؤلاء السوفسطائين مركزا هاما في المجتمع ، يستخدمهم كل من الزعماء و القادة و العسكريون و السياسيون للدفاع عن قضايا معنية أمام الجمهور و إقناعه بقوة الحجة و المنطق ، كما يفعل اليوم رجال العلاقات العامة في المؤسسة كما إعتمدت الحضارة الرومانية القديمة على كسب ثقة الناس و تأييدهم بنفس الطريقة التي إتبعها اليونانيون في مناقشاتهم و محاوراتهم المشهورة ، و عرف الرومان الكثير عن إدارة العامة أي إدارة الشعب و إهتمو بذلك إهتماما بالغا الرأي العام ذلك في مقولتهم المشهورة صوت الشعب هو صوت الله [1].

ج_العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية :

إستطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء و الكتاب و الأطباء إذ عادة ما يصحب الإرشاد الديني في المسجد توجيه سياسي و إجتماعي ، و كان الفاطميون و الشيعة من أشد الناس إتقان لفنون الدعوة إلى مذهبهم و إبتدع لذلك الفا طميون إقامة الحفلات للدعوة لحكمهم ، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية و كانت المساجد من أفضل الأماكن التي ظهرت فيها العلاقات و الإتصالات الطيبة بالناس و الدعوة إلى الدين الأسلامي ، و في الجو الإجتماعي المفعم بتكريم الإنسان و إحترام الفرد[2].

عرف المجتمع الإسلامي العلاقات العامة كفلسفة تحكم سلوك أفراد المجتمع و كنشاط إعلامي متخصص بهدف إلى ربط الدولة بالفرد و الجماعة بشتى الوسائل و أساليب إتصال الفرد الجماعي .

[1] جميل أحمد خضر : العلاقات العامة ، دار الالمسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، الطبعة الأولى 1998 ص 39

[2] محمد مصطفى احمد, الخدمة الاجتماعية في مجال الحرية العامة ,دار المعلافة الجامعية 1999ص10

د_العلاقات العامة في العصور الوسطى :

و يطلق على هذه العصور بالعصور المظلمة و هي أسوء العصور التي مرت بها البشرية حيث نزلت المجتمعات في ظلمات التعصب و الجهالة نتيجة الجهل و الفساد و التعصب الديني ، كما إتصفت هذه العصور بالإنحلال الإقتصادي و الإجتماعي و إنتشار النفوذ الإقطاعي .

لكن الثورة الألبروتستانية التي قام بها " مارتن لوثر" و تحد بها سلطات الكنيسة جعل هذا الأخير يعيد النظر و يفكر في ضرورة توفير الرعاية المختلفة من أجل الدين ، حيث عملت الكنسية على تخريج متخصصين في الدعوة الدينية و التبشير عن طريق إنشاء معهد خاص، و من هنا إتجه الإهتمام نحو العلاقات العامة و إستخدمت في مجلات الدينية بجانب المجلات الإقتصادية و السياسية عن طريق الكتاب و المؤلفين و غيرهم الذين ساهم وا في النشر و الإعلام لكسب ثقة الجماهير و تأييدهم و تعاونهم[1].

هـ_العلاقات العامة في العصور الحديثة :

وقد كان دومان إيتون في مدرسة بيل للقانون أول من إستخدم الإصطلاح في إصطلاح العلاقات العامة بمعنيها الحديث ، قد إستخدم لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر ، خطاب ألقاه سنة 1882 بعنوان" العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية " ثم ظهر الإصطلاح سنة 1906 و كذلك 1913 في الأحاديث التي القاها مدير شركات .

السكك الحديدية في " بلتيمور " و " أومايو" حول السكك الحديدية و المشكلات العلاقات العامة التي تتصل بها وقد أصبح الإصطلاح شائعا و مؤلوفا في العشريات عندما ، إبتدع بيرنيز عبارة " مستشار العلاقات العامة ، رغم ما قوبل به من صخرية على أنه إصطلاح مرادف العبارة السكرتنيرة الصحي و إن كان ينطوي ع لى تفخيم سخيف [2] و لم نظهر العلاقات العامة لشك أكثر وضوحا حتى الثورة

[1] ميل احمد خضر ,العلاقات العامة ,دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ,الطبعة الاولى ,ص48

[2] محمد مصطفى احمد ،الخدمة الاجتماعي في مجال العلاقات العامة مرجع سابق ص12

الأمريكية إذا كان المواطنون ا أمريكان وأعين لدور هام الذي يمكن أن يلعبه الرأي العام في الحرب مع الإنجليز و بناءا عليه فإنهم خططوا نشاطاتهم.

و بهذا يكون " إيفيلي " قد نجح في تحديد معالم العلاقات العامة و يرجع إليه ، الفضل الأول في إرسال قواعدها على أسس علمية و خلقية سليمة ، حيث يحددها نشاط مزدوج الإتجاه بمعنى أنها تتضمن أيضا إعلام الجماهير بحقيقة المؤسسة إعلاما صريحا لا مواربا فيه و لا سرية ولا كتمان .

كما أن المؤسسات التعليمية و الجماعات المهنية في الطب و القانون و غيرها و الأحزاب السياسية و الهيئات الحكومية تبدي إهتماما بالعلاقات العامة في الوقت الحاضر.

و تكونت الجمعيات الوطنية و الإقليمية و المحلية للعاملين في مجال العلاقات العامة و أضيفت المناهج الدراسية و أنشأت أقسام علمية بالجامعات لدراسة العلاقات العامة ، و تمنح جامعة بوسطى في أمريكا مثلا درجات الماجستر و الدكتورة في العلاقات العامة والإتصال وذلك في مدرسة العلاقات العامة و الإتصال بالإضافة إلى حوالي 200 معهد أخر يمنح دراسات في العلاقات العامة بأمريكا وحدها

أما في الوطن العربي فقد عرفت العلاقات العامة في مصر منذ الخمسينات و لعل " إبراهيم إمام " هو الرائد في هذا المجال إذا صدر كتاب " العلاقات العامة و المجتمع عام 1959 ، و قام بتدريس العلاقات العامة للطلبة الصحافة بجامعة القاهرة و هكذا كان كتاب إبراهيم إمام هو مقدمة دخول علم العلاقات العامة إلى الوطن العربي ، و يتحدث إبراهيم إمام عن التجربة بقوله و لم أكن أتصور أن هذا العلم الذي قدمته لأول مرة سوف يلقى ذلك الإهتمام الكبير الذي لقيه داخل الجامعة خارجها[1].

و من بين العوامل ساعدت على نمو العلاقات العامة و زيادة فعاليتها ذلك التقديم الذي طرح أعلى وسائل الإعلام مما سهل عليه الإتصال بكافة الجماهير في كافة أرجاء العالم في وقت قصير[2].

[1] صالح خليل أبو الاصبع ، العلاقات العامة و الإتصال الأنساني . طبعة 1 دار الشروق عمان 1998 ص 89

[2] احمد بدر, أصول البحث العلمي و مناهجه مختار, المكتبة الاكادمية القاهرة 9961 ص 122

المبحث 03 :أسس و مبادئ العلاقات العامة :

لكي تؤدي العلاقات العامة دورها بنجاح و تكامل لابد و أن تستند على مجموعة من المبادئ و الأسس لتكون هذه الأخيرة الدليل الذي يقودها نحو تحقيق الهدف ، و يختزل (إدوارد ميرنز) مبادئ و أسس العلاقات العامة في نقطتين أو بالأحرى قاعدتين رئيسيين هما : الأداء النافع أولا و الاخبار الصادق على نطاق واسع ثانيا و يضيف القاعدة الثانية مكملة للأولى و لا يمكن أن تقوم بديلا عنها و إنطلاقا من هنا ، يمكننا أن نستنتج و نوضح مجموعة من المبادئ و الأسس التي تقوم عليها العلاقات العامة هي :

1- العلاقات العامة تبد أمن داخل المؤسسة :

إن نجاح أي مؤسسة يعود ذلك للعلاقة المبنية على أساس التعاون و التفاهم المتبادل بينهما و بين جميع الأفراد العاملين بها ، و من غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجي و علاقاتها مع الجمهور الداخلي على غيرها ما يرام لذلك وجب عليها أولا خلق الروح الجماعية و جو من التعامل بين أفراد المؤسسة ، بإختلاف مستوياتهم الإدارية بكافة الوسائل المتاحة و ثم نشرع بعد ذلك في تنسيق وطيد العلاقات الطيبة بينهما و بين جمهورها الخارجي فالصورة التي تطبع في أذهان الجمهور الخارجي عند أي مؤسسة هي تلك التي يراها في موظفيها و عمالها و طريقة معاملاتهم للناس و أداء واجباتهم و في ذلك ما يبرز أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة .

2- ضرورة مراعاة الصدق و الأمانة:

من الضروري أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق و الأمانة و أن تتقيد بالعدالة و أن تعمل على تنمية الثقة و إحترام متبادل بينهما و بين جماهيرها فيجب أن تتسم برامج العلاقات بالصدق و البعد عن وسائل الغش و الخداع و التضليل و الدعاية المزيفة ، و في المؤسسات الخدمات توضع أسباب النجاح أو الفشل في الخدمات التي تقدمها و هذا يؤكد عنصر أساسي في الهدف ألأخلاقي للعلاقات العامة بإعتباره أداة قوية في الضمير الإجتماعي .

-3 إتباع سياسة البحث العلمي :

إن العلاقات العامة لا تعتمد في برامجها على الإرتجال و العشوائية و لكنها تعتمد على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية و طرق و أساليب البحث العلمي ، إذ يعتبر إتباع الأسلوب العلمي في حل مشكلة من المشكلات في المبادئ الأساسية للعلاقات و مما هو معروف أن الأسلوب يعد خريطة ترتكز على المنطق و تحاول الوصول إلى النتائج عن طريق التحليل العلمي الدقيق و البعد عن التحيز و الذاتية .

و بالتالي الوصول إلى الحلول المقترحة و البدائل و أساليب الوصول إليها و الإمكانيات و الموارد المطلوبة لتحقيقها[1] .

و يضيف الدكتور أحمد لمال بعض العناصر و التي يعدها من بين المبادئ و الأسس التي ترتكز عليها العلاقات العامة و أهمها الديناميكية و الحيوية و قوة التعامل بين القائمين على العلاقات العامة في إدارة المؤسسات ، و بين الجماهير و تلعب وسائل الإتصال و الإعلام دورا هاما في الربط بين الرفين و في زيادة التفاعل و هذا ما يمكن من التغلب على العقبات و الصعاب التي تعترضها.

لا يقتصر على العلاقات العامة في مجالات محددة و أنواع معينة بل يتسع نشاطها ليشمل ميادين التجارة، الصناعة والإدارة وغيرها كما تشغل القطاعين العام والخاصة بالإضافة إلى تواجدها في المجلات التامة والمتقدمة.فهي تدخل في جميع المؤسسات والتنظيمات .

ترتكز العلاقات العامة على أسس ودعائم إجتماعية لتدريب العمال علي تحمل المسؤولية الإجتماعية بعد إعلامهم بجهود المؤسسة وكذالك العقاب والصعاب التي تواجههم.[2]

[1] هناء حافظ بدوي العلاقات العامة و الخدمة الأجتماعية : أسس نظرية و مجالات تطبيقية مرجع سابق ص 41.

[2] سمير حسن منصور مناهج العلاقات العامة .مرجع سابق ص5

4-تباع سياسة الإقضاء إخفاء الحقائق:

وذلك بتقديم المعلومات الصادقة الأمنية [1] إذ إن الأساس في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير حيث أننا لو فهمنا بتدقيق النظر في أعمال المؤسسات بصفة عامة لوحدنا أنه ليس [2] هناك داع الإخفاء الحقائق عن الجمهور الداخلي والخارجي ما عاد تلك الأسرار التي تخص عمليات الإنتاج والتي تتميز مؤسسة عن أخري من تركيبيات وخلافها وسياسة عدم إخفاء الحقائق كفيلة بأن تقضى على الشائعات الضارة التى تمحو الثقة ، تكبح جماع الأ قاويل الكاذبة التي تستعملها بعض المعرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة كما تبني جسر من التفاهم و التعاون المشترك[3] .

5-نشر الوعي بين الجماهير:

يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياية الدولة و خططها للتنمية و دور المؤسسة أو الهيئة في ذلك ، و عليها تقع مسؤولية توجيه الرأي العام و دفع الجماهير و تأييد السياسة العامة لمؤسسات الدولة و كسب ثقة الجماهير و تعاونها[4] .

6- كسب ثقة الجماهير:

تهدف العلاقات العامة في أي منظمة من المنظمات إلى العمل على كسب ثقة الجماهير حتى تتمكن من تحقيق أهدافها و معنى هذا أن أنشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن أن تنجح إلا إذا رضى جماهيرها عليها[5].

[1] محمد مصطفي احمد الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة مرجع سابق ص 48، 52

[2] سمير حسين منصور مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية بدون طبعة دار المعرفة الجامعية ص 52

[3] نفس المرجع السابق ص 53

[4] محمد بهجت جاد الله كشك العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية مرجع سابق ص25

[5] هناء حافظ سوى العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية اسس نظرية و مجلات تطبيقية مرجع سابق ص 44

المبحث 4: أهمية و أهداف العلاقات العامة :

المبادئ النبيلة التي يقوم عليها العلاقات العامة كم ا أكسبتها أهمية كبرى ، هذه الأهمية جعلتها تسطر لنفسها مجموعة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها لذا سنحاول أن نوفر بعض النقاط عن أهمية العلاقات العامة و أهدافها :

أ – أهمية العلاقات العامة :

* تهيئة الرأي العام على تقبل أفكار و أراء جديدة و إيجاد جمهور يؤدي و يساند الهيئات و التنظيمات و المؤسسات ، ما يقوي الروابط بين هذه الهيئات و الجماهير و يوفر تعاونا بينهما و يساعد على تماسك المجتمع .

* توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات و التنظيمات و المؤسسات الإتجاهات الحقيقية للجماهير و كذلك رغباتهم و إحتياجاتهم ، و هذا التوضيح يساعد هذه الهيئات على إحداث تعديلات مناسبة في سياستها و خطط عملها .

* تحقق العلاقات العامة لجمهور الهيئات الداخلي خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع و بما يكفل لهم تحقيق الرعاية الإجتماعية و العدالة و يهيئ أسباب الحياة الكريمة للعاملين بالهيئات و بالتالي يساعد على نشر روح الإطمئنان في نفوسهم .[1]

* تحقيق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة و الهيئات و بين الجماهير و هذا التكيف الإنساني أصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة ، و بدونه لا يمكننا أن نصل إلى أهدافها المطلوبة .

* تعمل العلاقات العامة على غرس و دعم المسؤولية الإجتماعية بين الجماهير و هذا يساعد المجتمع و التنظيمات على التغلب العقبات التي تواجهها لأن المشاركة الجماهرية لا تجعل هذه الهيئات في عزلة عن الجماهير.[2]

[1] محمد بهجت جاد الله كشك العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية مرجع سابق ص 29

[2] هناء حافظ بوي العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية اسس نظرية و مجلات تطبيقية مرجع سابق ص 52

ب – أهداف العلاقات العامة :

* تهدف العلاقات العامة في نقل و توصيل المعلومات من المنظمة إلى الجمهور حتى تكون على فكرة صحيحة عن هذه المنظمة فيؤدنها في خططها و في أزماتها و تستخدم إدارة العلاقات العامة وسيلة أو أكثر من وسائل الإتصال في نقل المعلومات إلى الجمهور .

* معرفة أراء الجمهور و إتجاهه نحو المنظمة نحو سياستها ، خططها ، برامجها أو مدلول ما تنتجه من سلع أو خدمات ، و ذلك من أجل العمل على تلبية رغباته و متطلباته قدر ربط مكان و لتضمن أيضا إستقرار تعامله معها و المضاعفة من فرص نجاحها[1] .

* معرفة أراء الجمهور و إحتياجات العاملين (عمال موظفين) في المؤسسة من النواحي الثقافية و الترويحية أو إستحقاق المكافأت و العمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم و تشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية و الإجتماعية .

* المشاركة مع إدارة المؤسسة الأخرى في إعداد المواد الإعلامية و المتطلبات الثقافية و النشرات المتعلقة بأعمال و منتجات المؤسسة بإرادة التسويق أو الإنتاج ، لتعريف الجمهور بذلك و تقوم بإعداد الصور و التصاميم و الإعلانات الخاصة المجمل نشاط المؤسسة ، و كذلك بتوفير كافة المواد الإعلامية التي تطلبها المؤسسة و إدارتها .

* توثيق أي إتصال بين المؤسسة و الجهات و المنظمات الأخرى المتشابهة أو الغير المتشابهة و إستخدام مختلف وسائل الإتصال المكتوبة أو المرئية[2] .

[1] سلوي عثمان الصديقي هناء حافظ بنةي ابعاد العلمية الاتصالية رؤية نظرية و علمية و واقعية الاسكندرية المكتب الجامعي الحديث بدون طبعة 1999 ص261.

[2] عبد الكريم راضي الجبوري العلاقات العامة ابداع تطوير المؤسسة و نجاح الادارة بيروت دار التسيير 2001ص35,36

خلاصة الفصل :

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل في العلاقات العامة إتضح لنا أنها نشاط إنساني كان منذ القديم ، حيث من وجود الإنسانية و قد تطور عبر مراحل زمنية عديدة رقت به إلى أن يكون علما قائما بذاته له بصمة في مختلف المؤسسات العمومية المعاصرة حيث صنعت لنفسها مكانة مرموقة من خلال وظائفها المهمة في الإدارة ، و في تشكيل الصورة المثلى للمؤسسات العمومية و ذلك بإعتمادها على عدة أسس و مبادئ و خصائص أهلتها إلى ذلك المستوى الترتيبي في الهيكل التنظيمي للمؤسسات .

الفصل الثالث : واقع تطبيقات العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية

المبحث الأول : المؤسسة الإستشفائية مفهومها و وظائفها

المبحث الثاني : إستراتجيات العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

المبحث الثالث : أليات العلاقات العامة دلخل المؤسسة الإستشفائية

المبحث الرابع : واقع العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

تمهيد:

تعد المستشفيات من المؤسسات العمومية التي تسخرها الدول لخدمة الصحة ، و توفيرها يحتاجه الأفراد من إحتياجات في مجال الصحة ، و عليه تعتبر المستشفيات من المؤسسات ذات الأهمية البالغة في المجتمع و تولي لها الدولة إهتماما كبيرا و إن المؤسسة الإستشفائية في خصائصها لا تختلف عن المؤسسات الإقتصادية أو الخدماتية الأخرى من ناحية التنظيم و البناء الهيكلي ، و إن هذا الأمر يجعل كل وحدة فيها ذات تنظيم معين تسهر على خدمة الأفراد ، و قطاع العلاقات العامة لنظام فعال يحتم تواجده في المستشفيات لضرورة العلاقات العامة و أهميتها خاصة و إن المستشفى في حالة تفاعل مع الأفراد خارج المستشفى و مع الموظفين و العاملين على قيام هذا النظام و عليه نسعى من خلال هذا الفصل إلى إيضاح واقع العلاقات العامة في المستشفيات الجزائرية و أهميتها و واقع العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

المبحث 01 : المؤسسة الإستشفائية مفهومها و وظائفها

1_ مفهوم المؤسسة الإستشفائية :

عرف المرسوم التنفيذي رقم 07-140 المؤرخ في 19 ماي 2007 المؤسسة العمومية الإستشفائية على أنها مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الإستغلال المالي و توضح تحت وصاية والي الولاية التابعة لها و هي مكونة من :

هيكل التشخيص و العلاج و الإستشفاء و إعادة التأهيل الطبي تغطي سكان بلدية واحدة أو مجموعة من البلديات[1].

كما حددت المادة الرابعة من المرسوم نفسه المهام الموكلة للمؤسسة العمومية الإستشفائية و هي التكفل بصفة متكاملة و متسلسلة لحاجات الصحية للسكان و في هذا الإطار تتولى على الخصوص المهام التالية :

-1 ضمان تنظيم و برمجة توزيع العلاج الإستشفائي و التشخيص و إعادة التأهيل الطبي و الإستشفائي .

-2 تطبيق البرامج الوطنية للصحة .

-3 ضمان حفظ الصحة و النظافة و مكافحة الأضرار و الأفاة الإجتماعية .

-4 ضمان تحسين مستوى مستخدمي مصالح الصحة و تجديد معارفهم[2].

كما أوضح المرسوم إمكانية إستخدام المؤسسة العمومية الإستشفائية كميدان للتكوين الطبي و شبه الطبي و التكوين في التسيير الإستشفائي على أساس مستخدمي مصالح الصحة و تجديد معارفهم .

و قد عرقت جمعية المستشفيات الأمريكية association america hospital على أن المستشفى مؤسسة تحتوي على جهاز طبي منظم بتسهيلات دائمة تشمل أسرة للتقويم و الخدمات الطبية تتضمن خدمات الأطباء و خدمات التمريض المستمرة لتقديم التشخيص و العلاج اللازمين للمرضى[3]

---

[1] عجة جيلالي قانةن المؤسسات العمومية الاقتصادية الاشتراكي للتسيير الى الخوصصة دار الخلدونية للنشر 2006 ص

[2] الجريدة المرسوم التنفيدي رقم 07-140 العدد 33 المؤرخ في 19 ماي 2007 ص 22

[3] عبد العزيز مخيم ،محمد الطعمانة الاتجاهات الحديثة في ادارة المستشفيات مفاهيم و تطبيقات المنظمة العربية للتنمية الادارية ، مصر القاهرة 2003 ص07

كما عرفت منظمة الصحة العالمية المستشفى من المنظور الوظيفي بأنها جزء أساسي من تنظيم إجتماعي أو وقائية و تمتد خدمات عيادته الخارجية إلى الأسرة في بيئتها المنزلية ، كما أنه مركز لتدريب العاملين الصحيين و مركز للقيام ببحوث إجتماعية حيوية[1] .

و عليه يمكن تعريف المستشفى على أنه نظام كلي يضم مجموعة من الخدمات الفندقية و نظام الخدمات الإدارية و تتفاعل تلك النظم معا بهدف تحقيق أقصى رعاية ممكنة للمريض و المصاب و تدعيم الأنشطة التعليمية و التدريبية و البحثية[2] .

و تعرف إجرائيا على أنها عبارة عن منظمة إجتماعية صحية حيث يتولى تقديم مزيج منتج من الخدمات العلاجية و الوقائية و التعليمية و التدريبية و البحثية و هو يساهم في رفع المستوى الصحي للبلاد و من ثمة توفير الظروف المناسبة لتحقيق الأهداف الإنتاجية و الإقتصادية بمستوى كفاءة مرتفعة.

[1] اصلاح محمود دياب ادارة المستشفيات و المراكز الاجتماعية الحديثة منظر شامل طبعة 01 دار الفكر عمان الاردن 2009 ص 32

[2] سليم بطرش جلدة ادارة المستشفيات و المراكز الصحية دار الشروق للنشر و التوزيع عمان الطبعة 01 2007 ص 26-27

2 _وظائف المؤسسة الإستشفائية :

للمستشفى وظائف أساسية و من هذه الوظائف نذكر الوظائف التي أوصلت لجنة خبراء المنظمة الصحية العالمية بضرورة و قيام المستشفى بها هي :

-1 الوظيفة العلاجية :

و تعتبر الوظيفة الأولى و الأساسية للمستشفى حيث يركز المستشفى على تقديم أعلى مستوى من صفة الخدمات للمرضى الداخلية و مرضى العيادات الخارجية أو الطارئة و تحسين هذه الخدمات بشكل مستمر و نظرا الإرتفاع تكلفة الخدمات الإستشفائية بالمقارنة مع الخدمات الصحية الأخرى و التكلفة المتصاعدة لهذه الخدمات و بالتزايد المستمر للطلب عليها و محدودية الموارد المتاحة لأي مجتمع لابد للمستشفى من التركيز كفاءة العلية الإستشفائية يضمن تقديم خدمات الرعاية الطبية للمرضى بأقل كلفة ممكنة كهدف أساسي له[1].

-2 الوظيفة الوقائية :

و منه أهداف المستشفى الحديث المساهمة هي وقاية المجتمع من الأمراض و أبرز السبل لذلك إطلاع المستشفى بالدور الفعال في مجال التوعية الصحية حيث تلجأ بعض المستشفيات بإذاعة برامج التوعية الصحية من خلال شبكة تلفزيونية في غرف المرضى و أماكن إنتظار المرضى كما يقوم الأطباء بدور في توعية المرضى المراجعين بالأمور الصحية المختلفة ، و تشارك المستشفيات في توعية الطلبة و الطالبات في المدارس و إصدار الكتيبات و الإصدارات الإرشادية التوعية لتوزيعها على أفراد المجتمع ، كما يقوم المستشفى بدورها من خلال زيارات الأطباء و الطبيبات إلى المدارس للكشف المبكر للأمراض و كذلك يقوم المستشفى بدور وقائي من خلال القيام بإجراءات التطعيم و التشخيص[2].

[1] فريد توفيق نصيرات، الادارة المستشفيات اثراء للنشر و التوزيع الاردن عمان الطبعة 01-2002 ص 56

[2] عبد الإلاه ساعاتي، مبادئ ادارة المستشفيات ادارة الفكر العربي القاهرة 1998 ص

-3 وظيفة التدريب و التعليم :

يفرض التطور المطرد في تقنيات العلوم الطبية ضرورة تطوير مهارات و خبرات كافة العاملين المتخصصين في مختلف مجالات المهن الطبية و الصحية من خلال التعليم و التدريب المستمر أو كمثل المستشفيات بطبيعتها على وجه الخصوص المستشفيات التعليمية و الجامعية بما تملكه من إمكانيات و تجهيزات مراكز تدريب علي ا للأطباء و أجهزة التمريض ا لتقنية و الأخصائية كما أنها تمثل مراكز مميزة لتنمية معلوماتهم عن الأمراض المختلفة و طرق علاجها و الوقاية المناسبة لها أنها تساهم في تزويد أعضاء الهيئات الطبية و الهيئات المساعدة بالمه ارات اللازمة للتفاعل النفسي و الإجتماعي مع المرضى و من ثمة تسهيل مهامهم في تشخيص المشاكل الصحية الفردية و علاجها .

و إضافة إلى ما سبق فإن وجود المتخصصين في المجالات المختلفة يسهم في نقل نتائج الممارسات و التجارب السابقة إلى الخرجين الجدد من الأطباء و الممرضين و تبادل المعلومات معهم و هو الأمر الذي يتعثر حقيقة خارج المستشفيات[1].

-4 الوظيفة البحثية :

تساهم المستشفيات بشكل أو بأخر من خلال ما تحتويه من مختبرات و أجهزة و تجهيزات و سجلات طبية و حالات مرضية متنوعة و كوادر بشرية متخصصة مهنيا في توفير بيئة مناسبة لإجراء البحوث و الدراسات المتعلقة بأساليب التشخيص و تحديد معدلات حدوث و إنتشار الأمراض المختلفة و تقييم فعالية العقاقير المختلفة أو من خلال المختبرات و التقنيات الطبية يمكن القيام بالبحوث الخاصة بتطوير عقاقير بديلة أو طرق فحص أكثر تطورا و أساليب جديدة لمكافحة العدوى أو إنتشار المرض و غيرها ، و بدون شك فإن إجراء مثل هذه البحوث و الدراسات خارج المستشفيات إن لم يكن متعذرا فمن المؤكد أنه سيكون باهظ التكاليف[2] .

[1] عبد العزيز مخيم محمد طعماتة المرجع السابق ص 9

[2] عبد العزيز مخيم محمد طعماتة مرجع سابق ص 10

-5 وظيفة الخدمات الممتدة الإجتماعية :

إن المستشفى العام كمركز رئيس الصحة المجتمع المحلي الذي يعمل فيه و كمؤسسة إجتماعية نشطة من مؤسساته دائمة التأثير بالبيئة المحيطة و لا ينبغي له إقتصار دوره على تقديم الخدمات الطبية لمن يلئمليها و يسعى في الحصول عليها داخل أساوره ، بل لابد له من توسيع أنشطة و الخروج بها إلى المدى الكامل من خدمات الرعاية الطبية الذي بفترض تقديمه لابد له كذلك من مد خدماته خارج أسواره لتصل إلى بعض المرضى في بيئتهم المنزلية و خاصة الحالات المرضية المزمنة التي لا تتطلب الرعاية الطبية المركزة في المستشفى إدارة و تنظيم برامج الرعاية الممتدة إلى المنزل و خاصة المرضى كبار السن الذين يعانون من أمراض مزمنة تتطلب وقتا طويلا من العلاج و التي لا تتطلب حضور المريض للمستشفى حيث يمكن رعاية مثل هؤلاء المرضى و الإشراف عليهم من قبل ممرضات متخصصات و خدمات ال طبيب العام في منازلهم

و هذا بالإضافة إلى الفوائد الإجتماعية تتمثل هذه الخدمات التي يمكن معها إبقاء المريض في منزله بين أفرد أسرته و الإشراف عليه دون أن يتحمل مشاق الإنتقال إلى المستشفى [1]

[1] فريد توفيق نصيرات مرجع سابق ص67-

المبحث الثاني : إستراتجيات العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

_إستراتجيات التي تقوم عليها إدارة العلاقات العامة

***إستراتجية بناء و تعزيز المؤسسة :**

سبق أن ذكرنا أن العلاقات العامة توجد الثقة و التفاهم المتبادل بين المؤسسات المختلفة و الجماهير المتعاملة معها ، و هي تهدف في ذلك إقامة سمعة طيبة للمؤسسة من ناحية و حفاظ على العلاقات الطيبة بإستمرار التعامل مع تلك الجماهير من ناح يةٍ أخرى و بناء عليه فإن الجهود المبذولة في مجال العلاقات العامة لابد أن تصب في تحقيق هذه الإستراتجية الجوهرية مما يؤدي إلى إنجاح المؤسسة ، و إذا كانت هذه الإستراتجية تمثل الأهداف العليا للعلاقات العامة فهناك أهداف فرعية أخرى أو مرتبطة بوقت معين أو حدث واقعة ما و هذا يتضح في البرامج التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها فالهدف من برامج العلاقات العامة هو توطيد سمعة المؤسسة بإعتبار أن السمعة الطيبة هي إحدى الدعائم الأساسية التي تقوم عليها المؤسسة فالصورة المشرفة للمؤسسة هي التي تخ لق المناخ المناسب لإقبال الجمهور على التعامل معها و جذب أفضل العناصر للعمل فيها ، و سعادة العاملين بالإنتماء إليها و بذلك يزداد نجاحها و تنمو أنشطتها و تصبح قادرة على مواجهة أي منافسة حالية كانت أو مرتقية .[1]

كما تعتمد أن المؤسسة على الأمور المادية الملموسةو التي يمكن تحقيقها بالعمل الجاد و ليس عن طريق الممارسة و الأفعال التجميلية التي تحمل سمعة و تحسن صورتها لذلك لابد من التعامل مع صورة المؤسسة بعناية و حرص عن طريق وضع برامج فعالة تعالج نقاط الضعف مع بذل الجهود المعنية للحفاظ على السمعة الطيبة التي تعمل على التواصل إليها .

[1] د فاطمة عبد الكاظم الربيعي برامج العلاقات العامة و استراتجية بناء و تعزيز سمعة المؤسسة كلية الاعلام جامعة بغداد العدد 8 2010 ص 174

ونعتقد أن هدف الإستراتجية الأساسي هو ليس بناء إدارة علاقة المؤسسة مع جماهيرها لأن ذلك هو هدف جزئي فضلا عن الأهداف الأخرى التي تسعى إليها العلاقات العامة ، و التي تندرج تحت الهدف الإستراتيجي و هو بناء و تعزيز سمعة المؤسسة .

_برامج العلاقات العامة :

تختلف برامج العلاقات العامة حجما تبعا للمشكلات التي توضع من أجلها و حسب الغرض أو الهدف التي تسعى إلى تحقيقه و وفقا للجمهور الذي تتوجه إليه و بشكل عام يقسم الخبراء العلاقات العامة إلى نوعين :

-1 البرامج الوقائية:

و هي البرامج المبنية على دراسات مستنفعة و بحوث رشدية تستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة العلاقات الودية بين المؤسسة و جماهيرها المختلفة و ذلك عن طريق العمل الدائم لإزالة كل ما يؤدي إلى سوء الفهم أو قبل وقوعها و دراسة مواقف الجماهير أراء المؤسسة باستمرار و رصد أسباب الأزمات و إكتشاف أعراضها و تلاقيها قبل حدوثها و بذلك يمكن تجنبها الوقاية منها .

و تمثل البرامج الوقائية البرنامج الدائم الذي يستمر نشاطه كل يوم و يشمل الأفراد كلهم العاملين داخل المؤسسة ، و يصل إلى الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة و إلى أكبر عدد ممكن من الناس و ذلك لضمان إستمرار العلاقات الطيبة بالجمهور الداخلي و الخارجي على السواء و يعني أن البرامج الوقائية في الإستراتجية التي تقوم عليها الإدارة تخدم أهداف العلاقات العامة المدى الطويل و لذلك فهي برامج تتصف بالإستمرارية و تتصل بالسياسة العامة لكل مؤسسة .

-2 البرامج العلاجية :

و هي برامج ذات طبيعة إنسانية مقارنة بالبرامج الوقائية فهو ذلك البرنامج الذي يبدأ حينما يحتاج الأمر إلى بذل مجهود لمواجهة أزمة و معنى ذلك أن هذا النوع من البرامج يتسم بالحالية و المواجهة السريعة للمشاكل و الأزمات التي تظهر فجأة في علاقة المؤسسة بجمهور معين من جماهير النوعية الداخلية أو الخارجية كما أنها تتسم بقصر الأجل لإرتباطها بمعالجة المشكلة أو الأزمة التي دعت إليها .[1]

من الملاحظ أن عدد البرامج العلاجية كان كثيرا جدا في الماضي و لعل ذلك كان رائعا إلى المؤسسات الصناعية التي كانت تسعين بخبراء في العلاقات العامة إلا إذا حدثت مشكلة طارئة أو أزمة بينهما و من عمالها أو بينها و بين مستهلكيها ، و لقد كانت هذه المناسبات كثيرة بسبب ظروف التغيير الإقتصادي في المجتمعات الرأسمالية منذ نهاية القرن التاسع عشر ، و مع ذلك فإن الوضع قد تغير لاسميا فيما يخص المؤسسات الكبرى إذا أصبح تركيزها على البرامج الوقائية أمرا حيويا تفرضه طبيعة عملها في المجتمع و على الرغم من تنوع البرامج التي تعدها إذا رأت العلاقات العامة و التي تتوافق مع كل ظرف أو مناسبة أو مشكلة إلا أن أبرزها :

- البرامج الإخبارية
- برامج المشكلات
- برامج رفع الروح المعنوية
- البرامج التنظيمية

فإذا أرادت المؤسسة تقديم سلعة إلى الجمهور فعليها أن تقوم بالإتصال بالجمهور و أخباره بشأنها بشتى طرق الإتصال و يمكن أن يطلق عليه هذا النوع من البرامج الأخبار أو الإعلامية و في حال حدوث مشكلة طارئة و غير متوقعة .

[1] د\ فاطمة عبد الكاظم الربيعي مرجع سابق ص 175

يجب على خبير العلاقات العامة أن يصدر بيانا صريحا عن الحادث و أسبابه و قيمة الخسائر و الجهود التي بذلت لعلاجه و التركيز على أن الحادث إستقناء و ليس قاعدة[1].

-3 برامج إدارة الأزمات:

تحرص كل مؤسسة على أن تقوم أجهزتها و وحدتها المختلفة كافة بأداء المهام الموكلة لها بكفاءة و إقتدار ، و أن يتم ذلك على الرغم من الظروف و المواقف كلها في إطار الإمكانيات المتاحة و منه لا تدع ثغرة يتقدر منها القصور و تحتاج المؤسسات كافة إلى تخطيط أداءها و تنظيم هيكلها و توجيه مواردها للإرتقاء بمستويات الإنجاز بشكل سليم للوقوف على أوجه القصور و علاجها و لتجاوز الأزمة و توضيح دور إدارة العلامة في علاج أو إيجاد الحلول (1).

إذا كانت الإستراتجية هي الخطة الأولى العامة التي تواجه مراحل المعركة فإنها تهدف كذلك إلى تباين أساليب العمل في العلاقات العامة ، و لما كانت طبيعة الأنشطة في هذا المجال متنوعة و متعددة فمن الطبيعي أن يكون لكل ميدان إستراتجية خاصة تلائمه و تحقق أهدافه .

[1] د فاطمة عبد الكاظم الربيعي مرجع سابق ص 77

المبحث الثالث : آليات العلاقات العامة داخل المؤسسة

_الوسائل و الآليات المستخدمة في إدارة العلاقات العامة :

ينصح الخبراء بضرورة إستخدام كلا من الإتصال الجماهيري و الإتصال التوجيهي بطريقة تكاملية في البرامج العلاقات العامة . و الإتصال الموجه أو المباشر هو الذي يستخدم قنوات ما بين الأشخاص و يشمل الإتصال الشخص و الإتصال الثنائي أي إتصال فرد بفرد أو مجموعة محدودة جدا من الأفراد و الإتصال الجماعي أي إتصال فرد بمجموعة كبيرة من الأفراد إتصالا مباشرا مواجهيا كما حدث في الندوات و المعارض و المؤتمرات و الإجتماعات و غيرها من أشكال الإتصال الموجهة .

و تتميز كل قناة بمميزات و خصائص معينة و بالتالي فإن الإستخدام الفعال لكل منها في البرنامج الإتصالي للعلاقات العامة يقتضي ضرورة التعرف الدقيق على هذه الخصائص و السمات حتى يمكن الإفادة في ذلك في رسم إستراتجية الإتصال بطريقة فعالة ، و ذات تأثير و حتىتتخذ القرارات الخاصة بإختيار منافذ الإتصال و عنوانه و مسالكه في العلاقات العامة بناءا على إدراك التكامل بخصائص الإتصال و الأهمية الشبيهة الإتصال بأشكال مختلفة و التي يمكن لخبير العلاقات العامة أن يستخدم برنامجا إتصاليا فيما يلي :

-1 أشكال الإتصال المباشر:

- المحاضرات و اللقاءات و الندوات الإجتماعيات التي يلتقي فيها المسؤولون بالمنشأة بالجماهير لقاءا مباشرا[1].

- المعارض الدولية و الإقليمية و الوطنية و المحلية العامة و المتخصصة أو النوعية حسب الهدف من الإستخدام[2].

[1] سمير محمد حسنالعلاقات العامة عالم الكتب 28 عبد الخالق ثروت مصر القاهرة ط 2 1995 ص 205

[2] سمير محمد حسن مرجع سابق ص 205

- الزيارات التي يمكن ترتيبها و إعدادها بهدف زيادة معلومات الجماهير المختارة عن المسا واة و أوجه النشاط التي تقوم بها .

- - الحفلات سواء عامة أو المحدودة أو المناسبات الخاصة بالمنشأة
- - المؤتمرات التي تناقش القضايا الهامة الخاصة بالمنشأة مع بعض الفئات الجماهرية سواء عامة أو نوعية .[1]

-2 الوسائل المطبوعة :

الجرائد و المجلات العامة و المتخصصة

المطبوعات الموجهة إلى الجمهور الداخلي

الكتيبات و الأدلة سواء للعاملين الجدد و التي تتضمن معلومات تفصيلية عن المنشأة و أوجه نشاطها و أهدافها و سيعها و دورها في خدمة الإقتصاد و المجتمع و البيئة المحلية و الخدمات التي تقدمها للعاملين و الجماهير الخارجية و الكتيبات التي تصدر في المناسبات العامة أو الخاصة بالمنشأة .

الخطابات التي ترسلها النشأة إما إلى الداخلي أو الخارجي بغرض الأخبار و الإعلام و الشرح و التوضيح .

الملصقات و اللافتات

-3 الوسائل البشرية و المسموعة

- التلفزيون كوسيلة إتصال جماهرية على المستوى الوطني و كوسيلة إتصال داخلية في المنشأة و إستخدامه في عرض المواد الإعلامية

- أشرطة الفيديو عن نشاط المؤسسة لنعرض العام و الخاص

[1] سمير محمد حسين المرجع السابق ص 206

- السنيما و الأفلام التسجيلية و الوثائقية كوسيلة إتصال عامة و خاصة

- الإذاعة كوسيلة إتصال جماهرية و الإذاعة الداخلية في المنشأة في حالة إمكانية إستخدامها كوسيلة الإتصال المباشر و السريع مع أفراد الجمهور الداخلي[1]

-4 وسائل الإتصال الخارجي :

لا يمكننا الحديث عن وسائل الإتصال الخارجي دون التطرق إلى تقنيات هذا الأخير إذ من خلال التقنيات تظهر الوسائل المستخدمة في مختلف هذه التقنيات و من بينها نذكر:[2]

العلاقات العامة :

هي نشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا العام و التفاهم المتبادل بين المنظمة أو الحزب و جمهور الناس سواء كان داخليا أو خارجيا من خلال السياسات و برامج تستند في تنفيذ على الأخذ بمبادئ المسؤولية الاجتماعية .

الإعلان:

هو مجموعة الوسائل المستخدمة للتعرف بمنشأة تجارية أو صناعية و إطراء منتوجاتها و من شروط الإعلان الناجح .[3]

- أن يكون متسما بالإبتكار .

- إستخدام الرموز و العلامات التجارية .

- الأخذ بعين الإعتبار الأبعاد التأثيرية و مخاطبة العقل و النفس .

[1] سمير محمد حسين المرجع السابق ص 207

[2] عيد فضيل الشعراوي، الاعلان و العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص217

[3] عيد فضيل الشعراوي، مرجع سابق ، ص 218.

- العلاقات مع الصحافة تعرف على أنها لا تقنية إتصال قائمة بذاتها تلجأ إليها المؤسسة لتلبية الحاجة الإخبارية المتزايدة للمستهلك .

الوسائل المكتوبة :

البيان الصحفي أبسط الوسائل و أكثرها إستعمالا و ما دام موجها للصحافيين فيجب أن يتكيف مع أسلوب تحريرهم الخاص لأنه موجه للنشر الحرفي و منهج من يرى أن البيان الصحفي يدخل في مجال الإشهار إذ يعتبرونه من بين الوسائل التي تستعملها الإشهار.

المقال المعد مسبقا يكتب من طرف المرسل على الطب الإعلامي لتغطية موضوع بعدية و قد ينشر مرفقا بإمضاء المرسل أو من دونه و يجب أن يكون مجانا .

- المرسلات و النشرات العامة هدفها الأساسي المحافظة على الإنتظار و الإستمرارية اللذين يجب أن يطبعا العلاقة مع الصحفيين و مع غيرهم و يجب أن يكون أسلوبا إحترافيا .

- المقابلة أسهل الوسائل و إسراعها لكنها لابد أن يستعمل مهنيا و من ثمة فهو يتطلب التحصير الكافي و الإستعداد الحسن[1].

- المؤتمر الصحفي مع مراسل الرسائل الإعلامية و خاصة منها المجالات و هو يستهدف جمهور واسعا و لتفاديه يجب الإجابة على سؤالين هامين : متى و كيف يحدد موعده ؟ من يدعي إليه و كيف؟

- الزيارات العملية :

و نعني بها زيارة المؤسسة أحد الزبائن بمعية الصحفيين مع إمكانية معاينة السلع المقتاتة[2] .

[1] فيصل دليو المرجع السابق ص 105

[2] فيصل دليو المرجع السابق ص.106

المبحث 04: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية

_العلاقات العامة في المستشفيات :

النظام الصحي في المجتمع يتمحور حول المستشفيات التي تشكل نواة هذا النظام ، و أن الدول و الحكومات تخصص مبالغ متزايدة لإنشاء المزيد منها و زيادة تخصصها بحيث يصبح لكل نوع من الأمراض المستشفى الخاص به ، حيث تحولت ه ذه المستشفيات إلى شروح طبية تفتخر بها الدولة و يعتز بها المجتمع كذلك لابد من الإشارة إلى تزايد الكم الإعلامي الهائل في المجال الصحي و إلى أن المواطن العادي أصبح يتعرض لإعلام صحي توجهه له العديد من الجهات[1] :

- المنظمات الصحية الحكومية الدولية كاليونيسيف .

- المنظمات الدولية التطوعية غير الحكومية .

- الأجهزة و المنظمات الصحية التطوعية كجمعيات مكافحة الأمراض .

- الأجهزة الصحية الحطومية المركزية ، وزارات و إدارات الصحة .

- شركات الأدوية و منتجاتها .

- المستشفيات و الأطباء .

- وسائل الإعلام المرئية و المسموعة و المقروءة .

الكثير من هذا الكم الإعلامي يأخذ شكل الحملات الصحية الساعية إلى تعليم المواطنين مفاهيم و أنماط سلوكية معنية و يأخذ جهود مخططة تهدف إلى تحقيق أهداف صحية مرتبطة بأهداف جهة المصدر.

[1] ياسيف ميسلي ، العلاثات العامة في المؤسسة الصحية سنة 2008.2007 ص 215.

و يمكننا إعتبار هذه الأشكال أقرب إلى مفاهيم العلاقات العامة و أساليب عملها من أى مفهوم آخر و بالتالي فقد كان من المفروض أن تنتشر وظيفة العلاقات العامة إنتشارا واسعا في القطاع الصحي في المستشفيات ، التي كما ذكرنا تعتبر أساس القطاع الصحي ، ذلك لتوفر التراث العلمي و الأكاديمي في هذا المجال إلا أن ما لاحظناه هو عكس ذلك فقد ظلت وظيفة العلاقات العامة محدودة الإنتشار في المستشفيات و هو ما قد يعود إلى طبيعة نشوء هذه الوظيفة في العصر الحديث ، فقد نمت هذه الوظيفة و ترعرعت في ظل الصراع بين رجال الأعمال من جهة و الجماهير ذات العلاقة من جهة أخرى و لم يلتفت رجال الأعمال لها أو يستفيدوا منها إلا عندما هدد العمال و الفلاحون و صغار التجار مصالحهم ، كما لم تهتم الإدارات الحكومية بها إلا في فترات الأزمات كذلك إعتبر تطورها و تبلور ممارستها جزءا من دفاع العناصر المحافظة في مواجهة النقد الموجه من رجال الصحافة الذين عمدوا إلى التشهير .

و إستغلو الإمكانيات التي أتاحتها الصحافة لهم آنذاك للحديث عن مخالفاتهم و تجاوزاتهم ، أما في المستشفيات حيث تقدم الخدمة الصحية للأفراد و حيث يأتي المرضى طلبا للعلاج فقد كانت هذه المنشآت تحظى بإحترام المواطنين و تعاونهم ينظر إليها و للعاملين فيها نظرة تقدير و إحترام و إجلال بحث أطلق على الكادر التمريض فيها إسم ملائكة الرحمة تقديرا و إعتزاز هذا التقدير و الإحترام و الإجلال قلل من إمكانية الصدام بين هؤلاء .

من جهة و بين الجماهير المتعاملة معهم من جهة أخرى ، ساعدهم في ذلك صغر حجم المستشفيات آنذاك و سيطرة الإتصال الوجاهي على العلاقة التي تربط بينها من جهة و بين المرضى من جهة أخرى ، و بالتالي فلم تكن هناك حاجة ماسة و ملحة لمثل هذه الوظيفة في هذا القطاع .

أ_الواقع الحالي لوظيفة العلاقات العامة في المستشفيات:

قاد الربط بين وظيفتي العلاقات العامة و التسويق و تراجعت الحساسية التي كانت لدى بعض الأطباء تجاه التسويق بالإضافة إلى ما ذكرناه من تنامي المشكلات التي تواجه المستشفيات [1] و التى يمكن حلها بإستخدام وظيفة العلاقات العامة إلى فتح آفاق واسعة أمام هذه الوظيفة و تنامي دور العاملين فيها فقد إعتبرو جزءا من الإدارة العليا و إزدياد تأثيرها على أتخاذ القرار في مختلف مستويات إتحاذ القرار و ظهرت مشكلات كان لابد من إستخدام وظيفة العلاقات العامة لحلها بسرعة منها صعوبة إجتذاب عاملين جدد لرفض القطاع الكثير من المبدعين و من ذو القدرات العقلية المتميزة عنه لصعوبة العمل فيه و إنخفاض مردوده المادي ، كذلك إبتعاد النسائي اللاتي كن يملأن أغلب الوظائف المساعدة في هذا القطاع و إنتقالهن للبحث عن عمل في مجالات أخرى مما تطلب الإسراع في وضع برامج لتحسين الصورة و جلب العاملين ، و هي برامج من صلب تخصص العلاقات العامة .

كذلك إزداد تشذم الجماهير التي تتعامل معها إدارات المستشفيات فلم تعد تقتصر على ثلاثة أو أربعة جماهير يسهل الوصول إليها كما كانت الحال سابقا بل وصلت إلى أربعة عشر جمهورا مختلفا كما حدد كتيب أصدرته الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة و التسويق كما يلي[2] :

- العاملون - المتقاعدون
- الأطباء - المرضى و أسرهم
- المشرعون - الإداريون
- أرباب العمل -المتطوعون
- الجهات التي تدفع قوائم العلاج و كلفته - المجهزون و البائعون

[1] محمد ناجي الجوهر وسائل الاتصال في العلاقات العامة الطبعة الاولى عمان دار مجلاوي للنشر و التوزيع 2000 ص 233

[2] ياسيف ميسلي ، مرجع سابق ، ص 216.

- أرباب العمل صناديق الضمان التأمين -المقيمون بجوار المستشفى

-القادة المدنيون - الجماعات الخاصة المختلفة

- الوسائل الإعلامية

الجماعات الناهضة للإجهاض . جماعات حقوق الإنسان ..... الخ كل هذا التعقيد أعطى دفعة قوية لعمل العلاقات العامة في المستشفيات مما يجعلنا نعتقد أنه أحد أكثر القطاعات . العلاقات العامة قابلية و قدرة على التوسع في المستقبل .

ب- واقع و أفاق العلاقات العامة في المستشفيات الجزائرية:

رغم الإهتمام الكبير بهذا القطاع رغم تطوره و قدرته على تقديم الخدمات الصحية لقطاعات واسعة من المواطنين فهو يواجه به علاقة عامة يمكن إجمالها بالآتي[1] :

- النقد الموجه له من قبل الصحافة أمثلة هذا مشكلات النقد نجده في الصحف الأسبوعية التي تتناول قطاع الصحة و تكتب موضوعات مختلفة عن الإهمال في المستشفيات .

- الأقاويل التي تنتشر و التي لا يمكننا تحيد مدى إنتشار و التي تتحدث عن التعامل المادي و الجشع لبعض الأطباء و المستشفيات .

- إرتفاع كلف العلاج الأمر الذي أخذ يثقل كاهل و صناديق التأمين الصحي و أدى إلى إنخفاض نسب مساهماتها في تحمل كلفة العلاج مما أدى بدوره إلى تذمر المواطنين من إضطرارهم لدفع جزء متزايد من هذه الكلفة أو من زيادة إشتراكات التأمين الصحي بدوره إلى خلق شعور متزايد من عدم الرضا من هذه الكلفة أو من المستفدين منه .

- زيادة الحاجة للمتطوعين و المتبرعين .

[1] ياسيف ميسلي ، مرجع سابق ، ص 217.

- المنافسة بين المستشفيات و بالأخص الخاصة و هذا لتحقيق نسبة أشغال عالية لمرافقتها .

- تنامي قطاع المستشفيات الخاصة و الإستثمارية التي عليها تقديم نفسها للمجتمع المحيط المحلي و العربي بجماهير المختلفة و ضرورة التعرف على أراء إتجاهات الجماهير نحو هذه المستشفيات مما يثير لهذه المستشفيات مشكلات علاقات العامة يمكن تقديم الحلول لها بواسطة برامج تعدها و تنفذها إدارات العلاقات العامة .

- إصدار كليات الإدارة في الجامعات الجزائرية على إعتبار تخصص العلاقات العامة جزءا تخصصاتها و قيام أساتذة من هذه الكليات خاصة أساتذة فيها على تدريس هذه المادة الأمر الذي جعل التركيز فيها على الجوانب الإدارية دون الإتصالية و أضعف بالتالي إمكانية تخريج كوادر قادرة على القيام بمهام العلاقات العامة أو الإتصال بالمجتمعات ذات العلاقة[1].

- مدى وجود جهاز متخصص يمارس وظيفة العلاقات العامة في المستشفى .

- الجوانب التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة من حيث مستواها الإداري و مدى وجود هيكل تنظيمي لها ، و تخصصات العاملين و لأدوات الإتصال المستخدمة .

- الرغبة لدى إدارة المستشفى لإستحداث إدارات للعلاقات الإدارية.

[1] ياسيف مسيلي ، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية سنة 2008 2009 ص 218

خلاصة الفصل :

قطاع الصحة من القطاعات الإسترتيجية الهامة و لأهمية هذا القطاع في حياة المواطن بإختلاف إلى فئاته الإجتماعية إرتأت الدولة الجزائرية إدخال إصلاحات جديدة على قطاع الصحة ، من أجل عصرنة هذا القطاع و الإرتقاء به إلى مستوى تطلعات المواطن و الهدف من هذا هو تحسين الخدمة العمومية و تعزية الصحة من المواطن و لأجل قيام مؤسسة حسنة وجب وضع آليات و وسائل إتصالية داخل المستشفيات مما يساعدها على أداء مهامها و إعادة الثقة بين المواطن و مؤسساته من خلال تحسين الخدمات الصحية

و في الأخير لا يسعنا القول إلا أن المستشفى بكل مصالحه له مميزات عن باقي المؤسسات الأخرى نظرا لما يقدمه من عناية صحية للمرضى و تقديم خدمات من شأنها أن تحافظ على صحة المجتمع.

الإطـار التطبيـــقي

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

المبحث الأول : بطاقة فنية عن المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري

المبحث الثاني : تحليل بيانات المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري

المبحث الثالث : نتائج الدراسة في المؤسسة الإستشفائية

المبحث الأول : بطاقة فنية عن المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري

1- نشأة المؤسسة الإستشفائية :

تعود نشأة المؤسسة العمومية الإستشفائية بقصر البخاري إلى سنة 1932 م ، حيث كانت تضم طبيب فرنسي الجنسية و طبيب مساعد ذو جنسية جزائرية ، إحتوت هذه الأخيرة على عدد قليل من الأسرة و التي كانت لا تتعدى 45 سرير و كان بها 03 قاعات للعلاج تستوجب على المصالح و غرفة لحفظ الجثث و بيت للغسل و مطبخ كما يتوسط مكتب الطبيب قاعات المذكورة و خلال الفترة الممتدة من 1962 إلى غاية 1974 م عرفت المؤسسة توسعا ، حيث تم إنشاء قاعدة للولاية و بناء جناح للإدارة ينقسم إلى قسمين :

- قسم المديرية و الصيدلة و مصلحة الوقاية.
- قسم مخصص للمصالح الاقتصادي.

و في سنة 1985 أعيد تجهيزها و تم إستلام مبنى جديد متكون من طابقين و الذي كان يسمى آنذاك مركز حماية المرأة و تم تنظيمه كالأتي :

- مصلحة طب الرجال – مصلحة طب النساء – مصلحة طب الأطفال .

بطاقة إستيعاب تقدر ب 28 سرير لكل مصلحة و في نفس السنة تم إنشاء مصلحة للولادة تحتوي على 64 سرير.

و بموجب المرسوم التنفيذي رقم 140/7 الموافق ل 19 ماي 2007 تم تحويله العمومية إستشفائية تحتوي إختصاصات أولوية مثل الطب الداخلي ، الطب العام ، الطب الأطفال ، مصلحة الولادة ، مصلحة تصفية الدم بالإضافة إلى مصلحة الأشعة و المخبر و الإدارة بفروعها و يتكفل بالتغطية الصحية 157000 ألف نسمة موزعة على 03 دوائر هي : دائرة سبت عزيز ، دائرة قصر البخاري بالإضافة إلى 13 بلدية .

و من مهام المؤسسة الإستشفائية محمد متريني بقصر البخاري :

حسب المادة (08 من المرسوم التنفيذي 140/07) تتمثل مهام المؤسسة العمومية الإستشفائية في التكفل بصفة متكاملة و متسلسلة بالحاجات الصحية للسكان و في هذا الإطار تتولى على الخصوص المهام الأتية [1]

- ضمان تنظيم و برمجة توزيع العلاج الشفائي و التشخيص و إعادة التأهيل الطبي و الأستشفاء .

- تطبيق البرامج الوطنية للصحة .

-ضمان حفظ الصحة و النقاوة و مكافحة الأضرار و الآفات الإجتماعية .

-ضمان تحسين مستوى مستخدمي مصالح الصحة و تجديد معارفها .

2- الهياكل الطبية للمؤسسة العمومية :

يمكن عدد الهياكل الطبية للمؤسسة العمومية الإستشفائية كما يلي :

أولا : المصالح الإستشفائية : تتكون من 05 مصالح و هي :

أ – مصلحة الطب الداخلي : و تحتوي على 67 سرير موزع على 4 وحدات هي :

- مصلحة طب النساء 26 سرير.

- وحدة طب الرجال 26 سرير.

وحدة معالجة الأورام .

- وحدة تصفية الدم 01 سرير.

ب – مصلحة طب الأطفال : تحتوي على 53 سرير موزع على وحدتين هما :

- وحدة طب الأطفال 41 سرير.

- وحدة رعاية المواليد 12 سرير.

ج – مصلحة طب النساء و التوليد : تحتوي على 48 سرير موزع على وحدتين :

- وحدة أمراض النساء 36 سرير.

- وحدة التوليد .

د – مصلحة الجراحة العامة :تحتوي على 12 سرير موزع على 4 وحدات هي :

[1] المادة 08 من المرسوم التنفيذي 140/07

- وحدة جراحة النساء 20سرير. - وحدة جراحة الرجال 16 سرير.

- وحدة طب العيون 03 أسرة . - وحدة طب أمراض الأذن ، الأنف الحنجرة 03أسرة

-2 الوسائل المستخدمة لتحسين العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية :

لقد تعددت الأساليب و الوسائل المستعملة في المؤسسة الإستشفائية و نذكر منها مايلي :

- البريد الإليكتروني :

الذي يرسل إلى الموظفين بصفة دورية للإبلاغ أو التوجيه .

- الفاكس :

يستعمل بين العمال فيما بينهم و مع المدير لبعث التقارير و التعليمات .

- الهاتف :

فهو يستعمل على نوعين ثابت و نقال ، الثابت بين الموظفين مع المصالح العليا .

- الإعلانات :

تكون بالإلتصاق في الأماكن العامة التي تكثر فيها حركة العمال .

- الإجتماعات :

التي تكون بصفة دورية شهرية أسبوعية أو إستثنائية كلما دعت الحاجة إلى ذلك .

- الخطابات :

فهي ترسل إما للجمهور الداخلي أو الخارجي لتعرض الأخبار و الإعلام أو الشرح و التفسير.

- الإستدعاءات :

تكون لمختلف الأفراد من أجل أخبارهم بما يهمه .

- اللافتات :

تستخدم من أجل إستخدام توجيه الجمهور الخارجي إلى المصلحة التي يبحث عنها

- الندوات أو المحاضرات حيث يلتقي فيها المسؤولون بالنشأة مع الجماهير لقاء مباشر[1] .

[1] مقابلة مع السيد دويفي زبير نائب مدير الموارد البشرية بالمستشفى بتاريخ 2018/05/03 على الساعة 11:00

المبحث الثاني : تحليل بيانات المؤسسة العمومية الإستشفائية بقصر البخاري

خصصنا الجانب التطبيقي لموظفي المؤسسة الإستشفائية محمد متريني بقصر البخاري ، حيث أن الهدف من تحليل بيانات الدراسة الميدانية المتحصل عليها بواسطة البحث و المقابلة هو معرفة واقع تطبيقات العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية .

تحليل عينة البحث :

يمثل مجتمع الدراسة الإداريين و أطباء و ممرضين بمستشفى محمد متريني بقصر البخاري حيث كانت العينة طبيعية فقد إخترنا 60 موظفاتهم توزيع الإستمارات عليهم و قد تم إسترجاع جميع الإستمارات

تحليل نتائج الإستمارات :

لقد تم تقسيم الإستمارة إلى 03 محاور قسمت إلى بيانات شخصية و أسئلة الوضعية المهنية و أسئلة تتعلق بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري و أخيرا أسئلة خاصة بالعراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية تقوم فيما يلي بتحليل النتائج المتحصل عليها من إجابات أفراد العينة حيث نقوم بتحليل كل سؤال من أسئلة الإستمارة على حد ى قد كانت النتائج كما يلي .

جدول 01 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس :

تكرار / الجنس	تكرار	نسبة %
ذكر	15	25
أنثى	45	75
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم إناث حيث بلغ عددهم 45 أنثى و بنسبة تقدر 75 % أما نسبة الذكور فكانت أقل منها بكثير حيث بلغ عددهم 15 ذكر و بنسبة تقدر 25 % .

التحليل الكيفي :

يتضح أن غالبية أفراد العينة من الإناث مقارنة بالرجال و قد يرجع ذلك إلى طابع المجتمع الجزائري الذي يحبذ أن يكون في سلك الصحة العنصر النسوي أكثر من الرجالي خاصة و أن المستشفى يتوفر على قسم التوليد النساء و هو في الغالب يكون مكون من العنصر النسوي .

جدول 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى :

تكرار / المستوى	تكرار	نسبة %
ثانوي	19	31.7
جامعي	32	53.3
دراسات عليا	09	15
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم ذو المستوى جامعي حيث بلغ عددهم 32 فرد و بنسبة تقدر ب 53.3 % أما في المرتبة الثانية تليها نسبة ذو المستوى الثانوي حيث بلغ عددهم 19 فرد و نسبة تقدر 31.7 %أما في المرتبة الأخيرة اللذين لديهم دراسات عليا حيث بلغ عددهم 09 فرد و بنسبة تقدر ب 15 % .

التحليل الكيفي :

يتضح أن غالبية أفراد العينة هم جامعيين و هذا يرجع لطبيعة المهنة فالمستوى الثانوي يكون في الغالب لأعوان الممرضين و العمال العاديين بينما الممرضين و الأطباء و الإداريين غالبا ما يكون جامعيين في حين سجلنا الدراسات العليا بنسبة أقل و هي النسبة التي تتميز بها الإطارات داخل المستشفيات من إداريين و جراحين و غيرهم .

جدول 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

تكرار / المستوى	تكرار	نسبة %
من 20 سنة إلى 30 سنة	22	36.7
من 30 سنة إلى 40 سنة	26	43.3
من 40 سنة فما فوق	12	20
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم من فئة العمرية من 30 إلى 40 سنة بلغ عددهم 26 فرد و بنسبة تقدر ب 43.3 % أما فالمرتبة الثانية تليها نسبة الذين هم من فئة عمرية من 20 إلى 30 سنة حيث بلغ عددهم 22 فرد و بنسبة تقدر ب 36.7 % أما في المرتبة الأخيرة اللذين هم في الفئة العمرية الأكثر من 40 فرد حيث بلغ عددهم 12 و بنسبة تقدر ب 20 % .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها تبين أن أكبر فئة هم أصحاب الفئة العمرية من 30 سنة إلى 40 سنة و هذا راجع إلى أن غالبية العمال هم جامعيين و لهذا يكون نسبهم مرتفعة مقارنة بالنسبة العمرية الأخرى بينما سجلنا نسبة العمر المرتفعة بنسبة أقل و ذلك أن بعض ممارسي الصحة بعد الحصول على الخبرة بالمستشفى العمومي يتجهون إلى العيادات الخاصة .

جدول 04 : يبين نوعية العمل الذي يشغله المبحوث

متغير حالة المهنية	تكرار	نسبة %
عامل عادي	04	6.7
ممرضة	25	41.7
طبيب	07	11.7
إداري	24	40
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم ممرضون حيث بلغ عددهم 25 فرد بنسبة تقدر ب 41.7 % أما في المرتبة الثانية تليها نسبة الإداريين حيث بلغ عددهم 24 فرد و بنسبة تقدر ب 40 % أما في المرتبة الثالثة هم أطباء حيث بلغ عددهم 07 أفراد و بنسبة تقدر ب 11.7 % أما المرتبة الأخيرة يأتي العمال العاديون حيث يبلغ عددهم 04 أفراد و بنسبة تقدر ب 6.7%

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج أعلاه تبين لنا أن أغلبية أفراد العينة هم ممرضين و هذا الطبيعة المؤسسة فالطاقم الإداري هو طاقم مسير فقط بينما القائمين على الأعمال مع المواطنين هم سلك التمريض الذين نجدهم في كل مصلحة بنسبة عاليا وهذا راجع لطبيعة مهنتم التي تتطلب ممرضين ويكونوا مسعدين لأطباء و مساعدي ممرضين لذلك هم بالدرجة الأولى مقارنةبالأطباء .

الجدول 05 : يبين مدى توفر المؤسسة على مكتب العلاقات العامة

تكرار / مكتب العلاقات	تكرار	نسبة %
نعم	35	58.3
لا	25	41.7
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يقولون أنه توجد علاقات عامة بالمؤسسة الإستشفائية حيث بلغ عددهم 35 فردا بنسبة تقدر ب 58.3% تليها التي يرون أنه لا يوجد علاقات عامة حيث بلغ عددهم 25 فرد و بنسبة تقدر ب 41.7 %

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج أعلاه تبين أن أغلبية أفراد العينة يرون أنه توجد علاقات عامة بالمؤسسة لدرايتهم بها و من خلال وسائل إتصال في المؤسسة و هذا ما يدل على وجودها بالمؤسسة من خلال وسائل الإتصال و وسائل التكنولجية كالأنترنت ,في حيث فئة قليلة منهم يرون أنها غير موجودة و هذا قد يرجع لعدم درايتهم للعلاقات العامة و بشأنها داخل كل مؤسسة .

جدول 06: يبين وظائف المصلحة العلاقات العامة

وظائف العلاقات العامة	تكرار	نسبة %
إجتماعيات	13	21.7
أعمال ميدانية	12	20
وسائل إتصال	35	58.3
المجموع	60	100

:

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم الذين يرون أن أن وظائف العلاقات العامة في المؤسسة تكون في شكل وسائل الإتصال حيث بلغ عددهم 35 فردا و بنسبة تقدر ب 58.3% أما في المرتبة الثانية تليها نسبة الذين يرون في شكل إجتماعيات حيث بلغ عددهم 13 فردا و بنسبة تقدر ب 21.7 % أما في المرتبة الأخيرة الذين يرون أنها في شكل أعمال ميدانية حيث بلغ عددهم 12 فردا و بنسبة تقدر ب 20% .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها أعلاه تبين لنا أن الوظائف المنوطة بمصلحة العلاقات العامة بالمؤسسة الإستشفائية يكون غالبا بوسائل الإتصال و هذا ما صرح به أغلب أفراد العينة و ذلك من خلال و سائل الإتصال كالهاتف و الفاكس من خلال تواصل بين المسؤولون و الإداريين و بقية الموظفين من الأطباء و

ممرضين ، و في بعض الأحيان يكون التواصل بين الموظفين في شكل إجتماعيات و هذا من أجل مناقشة الأمور المتعلقة بالسير الحسن للمؤسسة و أحيانا أخرى تكون في شكل أعمال ميدانية منظمة .

جدول 07: يبين المسؤول عن العلاقات العامة

مسؤول العلاقات العامة	تكرار	نسبة %
الإدارة	46	76.7
الموظفين	02	3.3
مسؤول العلاقات العامة	12	20
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن المسؤول عن العلاقات العامة بالمستشفى هو الإدارة حيث بلغ عددهم 46 فرد و بنسبة تقدر ب 76.7 % أما في المرتبة الثانية تليها نسبة الذين يرون أن المسؤول عنها هو مسؤول العلاقات العامة حيث بلغ عددهم 12 فرد بنسبة تقدر ب 20% و في المرتبة الأخيرة الذين يرون أن المسؤول عنها هو الموظفين حيث بلغ عددهم 02 فرد و بنسبة تقدر ب 3.3 % .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين لنا أن المسؤول عن العلاقات العامة بالمؤسسة هو الإدارة حيث صرح أغلب أفراد العينة بذلك و بالتالي الإدارة هي المسؤولة عن تنظيم نشاطات العلاقات

العامة بالمؤسسة و غير أنه هناك فئة قليلةيرون أن مسؤولية العلاقات العامة بالمؤسسة تتعدى الإدارة و إن هناك مسؤول العلاقات العامة في المؤسسة و هناك فئة أقل ترى أن كل موظف بالمؤسسة هو مسؤول عن العلاقات العامة و لكن من خلال الإجابات التي قدمها أفراد عينتنا أن المؤسسة لا يوجد بها مسؤول عن العلاقات العامة بل الإدارة هي المسؤولة عن العلاقات العامة

الجدول 08: يبين الوظائف التي تقوم بها مكتب العلاقات العامة :

وظائف المكتب	تكرار	نسبة %
الإتصال بالموظفين	44	73.3
الإتصال بالمرضى	08	13.3
الإتصال بوسائل بالإعلام	08	13.3
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن ؟اكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن وظيفة مكتب العلاقات العامة هي الإتصال بالموظفين حيث بلغ عددهم 44 فردا و بنسبة تقدر ب 73.3 % في حين يرون أن الإتصال بالمرضى و الإتصال بوسائل الإعلام كانت بنفس المرئية حيث بلغ عددهم 08 أفراد في كل من الإتصال بالمرضى و 08 أفراد للإتصال بوسائل الإعلام و ذلك بنسبة 13.3%

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين لنا جل وظائف مكتب العلاقات العامة تتمثل في الإتصال بالموظفين حيث اظن أغلب أفراد العينة صرحوا بذلك و بالتالي فإن مكتب العلاقات العامة بالمؤسسة الإستشفائية تتخلص وظائفه بصفة عامة في الإتصال بالموظفين أما فيما يخص الوظائف الأخرى كالإتصال بوسائل الإعلام و الإتصال بالمرضى فهي قليلة و بالتالي فإن الإتصال داخل المؤسسة غالبا ما يقتصر على الإتصال الداخلي فقط .

جدول 09 : يبين نشاطات مصلحة العلاقات العامة

نشاطات مصلحة العلاقات العامة	تكرار	نسبة %
تكوين علاقات جيدة بين زملاء العمل	04	6.7
تكوين علاقات جيدة بين المستشفى و المرضى	17	28.3
تبليغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى	28	46.7
تنظيم النشاطات الإتصالية داخل المستشفى	03	05
أخرى	08	13.3
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفرد العينة يرون أن أهداف مكتب العلاقات العامة هي تبليغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى حيث بلغ عددهم 28 فرد و بنسبة تقدر 46.7 % أما المرتبة الثانية الذين يرون أن هدفه هو تكوين علاقات جيدة بين المستشفى و المرضى حيث بلغ عددهم 17 فرد

بنسبة 28.3 %أما المرتبة الثالثة فهناك من يرى هناك نشاطات أخرى حيث كان عددهم 08 أفراد بنسبة 13.3 % أما المرتبة الرابعة الذين يرون تكوين علاقات جيدة بين زملاء العمل حيث كان عددهم 04 أفراد بنسبة تقدر ب 6.7 % أما في المرتبة الأخيرة يرون تنظيم النشاطات الإتصالية داخل المستشفى و كان عددهم 03 أفراد و بنسبة تقدر ب 05% .

التحليل الكيفي :

من خلال ما تحصلنا عليه من نتائج في الجدول أعلاه تبين أن الأهداف التي يسعى مكتب العلاقات العامة بالمؤسسة الإستشفائية هي تبليغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى و كذا تكزين علاقات جيدة بين المستشفى بصفة عامة و بين المرضى من أجل خلق جو مناسب للمرضى و مساعدتهم على العلاج و كذا التحقيق التكامل من أجل ضمان خدمة أحسن للمواطنين و المرضى بصفة عامة .

جدول 10: يبين أشكال الإتصال بين الإدارة و الموظفين في المؤسسة

أشكال الإتصال	تكرار	نسبة %
إجتماعيات	34	56.7
إعلانات	11	18.3
الإتصال المباشر	15	25
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن أشكال الإتصال بين الإدارة و الموظفين يكون عن طريق الإجتماعيات حيث بلغ عددهم 34 فرد و بنسبة تقدر ب 56.7 % أما في المرتبة الثانية تليها نسبة الذين يرون أنها الإتصال المباشر حيث بلغ عددهم 15 فرد بنسبة 25% أما المرتبة الأخيرة فقد كانت للإعلانات حيث بلغ عددهم 11 فرد و بنسبة تقدر ب 18.3%

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين لنا أن أشكال الإتصال بالمؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري بين الإدارة و الموظيفين متنوعة نوعا ما فهي غالبا ما تكون على شكل إجتماعيات تعقدها الإدارة مع موظفيها من أجل مناقشة بعض الأمور المتعلقة بالسير الحسن للمؤسسة كما قد تأخذ أشكال أخرى كالإتصال المباشر من خلال المقابلة الشخصية مع المعني بالأمر وإستعانة و إعطائه أوامر أو توجيهات أو تعليقات من طرف الإدارة وقد تأخذ أيضا أشكال أخرى متعددة و متنوعة مثل الإعلانات التي تنشر في لوحة الإعلانات لتوجيه الموظفين و إعلامهم بالمستجدات.

جدول 11:يبين طرق الإتصال بين الإدارة في حالة حدوث مشكلة ما

طرف الإتصال بالإدارة	تكرار	نسبة %
المقابلة الشخصية مع المسؤول	27	45.00
الإجتماعيات	04	6.7
المراسلة	29	48.3
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون طرق الإتصال بالإدارة في حالة حدوث مشكلة يكون عن طريق المراسلة حيث بلغ عددهم 29 فردو بنسبة تقدر ب 48.3 % أما المرتبة الثانية تليها يرون أنها عن طريق المقابلة الشخصية مع المسؤول حيث بلغ عددهم 27 فرد و بنسبة تقدر ب 45 %أما المرتبة اللاأخيرة يرون طرق الإتصال عن طريق الإجتماعيات تقدر ب 04 أفراد و بنسبة تقدر 6.7 % .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين لنا أن طرق الإتصال بالإدارة في خالة حدوث مشكلة ما متنوعة نوعا ما حيث تكون تبعا لطبيعة المشكلة و درجة إستعجالها فهي غالبا ما تكون بمراسلات من طرف الموظفيين للإدارة لإعلامهم بالمشكلة كما أنه هناك إجراءات تفرض على الموظف أن يقدم تقريرا مكتوبا أو مراسلة يقدمها للجهة المعنية و غالبا ما تكون بالإتصال المباشر مع المسؤول و هذا راجع لكون معظم الحالات بالمؤسسة الإستشفائية ما تكون إستعجالية و في بعض الحالات لا تكون إستعجالية فقد تكون بعقد إجتماع

جدول 12: يبين العلاقات العامة ساهمت في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى بصفة عامة

مساهمة العلاقات العامة في تحسين	تكرار	نسبة %
جيدة	06	10.00
متوسطة	37	61.7
ضعيفة	17	28.3
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون مساهمة العلاقات العامة تحسين الصورة الذهنية للمستشفى متوسطة حيث بلغ عددهم 37 فرد و بنسبة تقدر ب 61.7 % أما في المرتبة الثانية تليها نسبة الذين يرون ضعيفة حيث بلغ عددهم 17 فرد و بنسبة تقدر ب 28.3 % و في المرتبة الأخيرة الذين يرون أنها جيدة و بلغ عددهم 06 أفراد و بنسبة تقدر ب 10%

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين لنا أن العلاقات العامة تساهم نوعا ما في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة و ذلك من خلال نشاطاتها المختلفة التي تهتم بالإتصال بالمرضى و توجيههم و كذا تنظيم نشاطات الموظفين و العمال داخل المؤسسة لضمان سير الحسن للمؤسسة حيث أن أغلب أفراد العينة صرحوا بأن العلاقات العامة تساهم في تحسين صورة المؤسسة و لو بصورة متوسطة و هناك فئة قليلة يرون أنها تساهم في ذلك بصورة جيدة و هذا ما يوضح لنا أن أفراد العينة لا يعون المعنى الحقيقي للعلاقات العامة

جدول 13: يبين الجهة المكلفة بالإتصال و العلاقات العامة في المؤسسة

جهة مكلفة بالإتصال	تكرار	نسبة %
نعم	28	46.7
لا	19	31.7
لا أدري	13	21.7
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن هناك جهة مكلفة بالإتصال حيث بلغ عددهم 28 فرد و بنسبة تقدر ب 46.7 % أما المرتبة الثانية فيرون أن لا توجد جهة مكلفة بالإتصال و بلغ عددهم 19 فرد و بنسبة تقدر ب 31.7 % أما المرتبة الأخيرة فلا دراية لهم بالجهة المكلفة بالإتصال و بلغ عددهم 13 فرد و بنسبة تقدر ب 21.7 %.

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المحصول عليها يتضح لنا أن هناك جهة مكلفة بالإتصال داخل المؤسسة الإستشفائية و هذا حسب تصريح أفراد العينة و ذلك من خلال و سائل الإتصال كالهاتف و الفاكس لذلك يرى أغلبية وجود جهة مكلفة بالإتصال في حين يرى البعض أنه لا توجد جهة مكلفة بالإتصال داخل المؤسسة و الواضح أن الغالبية لا تعلم الجهة القائمة بالإتصال و عليه فإن المشكل قد يمكن إما في الجهة القائمة بالأتصال أو الموظفين في حد ذاتهم ,غير أن عدم الجهة القائمة بالإتصال لا تكون فاعلة جيدا لذا يرى الغالبية عدم وجود قائمة بالإتصال .

جدول 14 : يبين المسؤول العلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب

مسؤول العلاقات العامة	تكرار	النسبة%
دائما	11	18.3
أحيانا	35	58.3
أبدا	14	13.3
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن مسؤول العلاقات العامة يؤدي دورة أحيانا حيث بلغ عددهم 35 فرد و بنسبة تقدر ب 58.3 % أما المرتبة الثانية يرون أنه لا يؤدي دوره كما يجب حيث بلغ عددهم 14 فرد و بنسبة تقدر ب 23.3 % أما المرتبة الأخيرة فالمسؤول العلاقات العامة يؤدي دوره دائما حيث بلغ عددهم 11 فرد و بنسبة تقدر 18.3 %

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المحصل عليها يتضح لنا أن أغلبية أحيانا مسؤول العلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب و ذلك من خلال الإعلانات و إتصالات التي يقوم بها داخل المؤسسة الإستشفائية مع الموظفين أو خارج المؤسسة مع مؤسسات أخرى أو جمهور الخارجي و بعض أفراد العينة يرون أن المسؤول العلاقات لا يؤدي دوره كما يجب

جدول 15 : يبين العراقيل التي تعيق إمكانيات لخدمة المؤسسة

العراقيل التي تعيق إمكانياتهم	تكرار	نسبة %
قلة وسائل تنفيذ العلاقات العامة	18	30.0
عدم فهم العلاقات العامة	32	53.3
أخرى	10	16.7
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن العراقيل التي تعيق إمكانياتهم لخدمة المؤسسة هو عدم فهم العلاقات العامة حيث بلغ عددهم 32 فرد بنسبة تقدر ب 53.3 % أما المرتبة الثانية فكانت قلة وسائل تنفيذ العلاقات العامة حيث بلغ عددهم 18 فرد بنسبة تقدر ب 30.0 % و يرى أفراد العينة هناك عراقيل أخرى حيث بلغ عددهم 10 أفراد و بنسبة تقدر ب 16.7 % .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المحصل عليها يتضح لنا موظفين المؤسسة الإستشفائية لم يستوعبوا بعد العلاقات العامة كمصلحة أو مفهوم و هذا من خلال العراقيل التي تعيق إمكانية تحقيق إمكانياتهم و كذا قلة وسائل تنفيذ العلاقات العامة داخل المؤسسة و عدم وجود قسم خاص بالعلاقات العامة, غير أن الغالب يرون أن عدم فهم العلاقات العامة هو العائق الحقيقي خاصة من طرف الموظفين الذين يجب أن يعلموا المعنى الحقيقي للعلاقات العامة .

جدول 16 : يبين طبيعة النقائص التي تواجه عملية تطبيق العلاقات العامة

طبيعة النقائص التي تعيق تطبيق العلاقات	تكرار	نسبة %
مادية	17	28.3
معنوية	30	50.0
مادية و معنوية	13	21.7
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتعين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة هي معنوية حيث بلغ عددهم 30 فرد بنسبة تقدر ب 50 % تليها نسبة الذين يرون أنها مادية حيث بلغ عددهم 17 فرد بنسبة 28.3 % في حيث يرى البعض أنها مادية و معنوية معا حيث بلغ عددهم 13 فرد بنسبة تقدر ب 21.7 % .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه تبين لنا أن أغلب النقائص التي تعيق مكتب العلاقات العامة بالمؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري هي معنوية أكثر منها مادية و هذا ما صرح به أغلب أفراد العينة و ذلك حسب تصريحاتهم من خلال عدم المساواة بين الموظفين و كذا العلاقات السيئة و غير السليمة بينهم و بين زملائهم أو مع الإدارة و التابعين لهم ، غير أن هناك البعض من أفراد العينة يرون أن النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة هي مادية وهي فئة قليلة حيث أن حجتهم في ذلك هو نقص وسائل الإتصال و المعدات والأجهزة الإتصالية و كذا ضعف الميزانية المخصصة لتسيير نشاطات العلاقات العامة بالمؤسسة وكذلك بعض أفراد العينة يرون النقائص تتمثل في المادية و المعنوية معا .

جدول 17 : يبين نقائص المادية

النقائص المادية للعلاقات العامة	تكرار	نسبة %
نقص وسائل الإتصال المختلفة	27	45.0
نقص قاعات إجتماعية	30	50.0
ضعف ميزانية المخصصة للأنشطة الإتصالية	03	5.0
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن النقائص المادية للعلاقات العامة تتمثل في نقص قاعات إجتماعية حيث بلغ عددهم 30 فردا بنسبة تقدر ب 50 % تليها نسبة الذين يرون أنها تتمثل في نقص وسائل الإتصال المختلفة حيث بلغ عددهم 27 فرد بنسبة تقدر ب 45 % في حين يرى البعض أن تتمثل في ضعف ميزانية المخصصة للأنشطة الإتصالية حيث بلغ عددهم 03 أفراد بنسبة تقدر ب 05% .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول تبين لنا أن النقائص المادية التي تواجه مكتب العلاقات العامة و تعين نشاطاتها تتمثل في نقص قاعات الإجتماعية و هذا ما صرح به أغلب أفراد العينة إضافة إلى ذلك هناك من يرى أن النقائص المادية تتمثل أيضا في نقص وسائل الإتصال الحديثة و المتطورة و إن المؤسسة تفتقر لوسائل الإتصال الحديثة و كذا نقص في ميزانية المخصصة لنشاطات العلاقات العامة و بالتالي فإن النقائص المادية بالمؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري تتمثل أساس في نقص قاعات إجتماعية و نقص ميزانية المخصصة لنشاطات الإتصالية و كذا نقص الوسائل الإتصالية بصفة عامة .

جدول 18 : يبين نقائص معنوية

نقائص المعنوية للعلاقات العامة	تكرار	نسبة %
غياب الإحترام بين المسؤولين و الموظفين	08	13.3
قلة الوعي بضرورة العلاقات العامة	39	65.0
عدم مساواة في المعاملة	13	21.7
المجموع	60	100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتعين لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون النقائص المعنوية للعلاقات العامة تتمثل في قلة الوعي بضرورة العلاقات العامة حيث بلغ عددهم 39 فرد بنسبة تقدر ب 65 % تليها نسبة الذين يرون أنها تتمثل في عدم مساواة في المعاملة حيث بلغ عددهم 13 فرد بنسبة تقدر ب 21.7 % و البعض يرون أنها تتمثل في غياب الإحترام بين المسؤولين و الموظفين حيث بلغ عددهم 08 أفراد بنسبة تقدر ب 13.3 % .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين لنا أن النقائص المعنوية التي تواجه مكتب العلاقات العامة و تعيق نشاطاته تتمثل في قلة الوعي بضرورة العلاقات العامة و هذا ما صرح به أغلب أفراد العينة ,إضافة إلى ذلك هناك من يرون أن النقائص المعنوية تتمثل في عدم المساواة في المعاملة و كذا غياب الإحترام بين المسؤولين و الموظفين و بالتالي تتجلى النقائص المعنوية بصفة عامة في غياب الوعي بوجود علاقات العامة وعدم الإحترام وغياب روح الزمالة وغياب المساواة في المعاملة و غياب روح المسؤولية لدى بعض المسؤولين و الموظفين .

جدول 19 : يبين متغير المسؤول عن العلاقات العامة في المؤسسة مع الجنس متغير

المسؤول عن العلاقات العامة / الجنس	الإدارة	الموظفين	مسؤول العلاقات العامة	المجموع
ذكر	14 %23.3	0 0%	01 1.7%	15 25%
أنثى	32 53.3%	02 3.3%	11 18.3%	45 75%
المجموع	46 76.7%	02 3.3%	12 20%	60 100%

التحليل الكمي : من خلال الجدول يتضح أن غالبية عمال الإدارة هم إناث و ذلك بنسبة 53.3% بينما غالبية أفراد الموظفين العاديين هم من الإناث كذلك و ذلك بنسبة 3.3 % في حين غالبية مسؤولي العلاقات العامة كذلك من الإناث و ذلك بنسبة 18.3 % و نلاحظ كذلك أن أغلبية الذكور هم عمال الإدارة بنسبة 23.3 %

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج أعلاه يتبين لنا أن غالبية عمال المستشفى هم من العنصر النسوي و هذا راجع إلى الخاصية الأساسية للمستشفيات الجزائرية التي توضح الإناث أكثر من الذكور ، غير أنه تجدر الإشارة إلى مشاركة العنصر الرجالي في مجال الإدارة التي سجلنا فيها أعلى نسبة وهو ما يوضح أن أغلبية عمال الإدارة من عنصر الرجالي .

جدول 20: يوضح متغير الوضعية المهنية مع مستوى التعليمي

الوضعية المهنة / المستوى التعليمي	عامل عادي	ممرض	طبيب	إداري	المجموع
ثانوي	03 %5	06 10%	00 0%	10 16.7%	1 31.7%
جامعي	01 1.7%	15 25%	04 6.7%	12 20%	32 53.3%
دراسات عليا	00 %	04 6.7%	03 5%	02 3.3%	09 15%
المجموع	04 6.7%	25 41.7%	07 11.7%	24 40%	60 100%

التحليل الكمي : من خلال الجدول ينضج لنا أن غالبية العمال العاديين هم ذوي المستوى الثانوي و ذلك بنسبة 05 % أما عن الأطباء فسجلنا النسب متقاربة من المستوى الجامعي و الدراسات العليا و ذلك بنسبة 06% على التوالي أما عن الإداريين فكان الغالب هم الجامعين و ذلك بنسبة 20 %

التحليل الكيفي : من خلال النتائج المتحصل عليها يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة هم من الجامعيين غير أنه هناك تفاوت في النسب بين كل وظيفة فالعمال العاديين كانوا من المستوى الثانوي و هي في الغالب مستوى مقبول بينما لدى سلك التمريض و الأطباء كان الغالبية منهم جامعيين و هي النسبة الخاصة بهذه الأسلاك لأن إستغالها يتطلب مستويات عليا من الدراسة الجامعية أما في مجال الإدارة يتضح أيضا أن غالبية من يشغلونها هم جامعيون فهذا مؤشر جيد إن الغالبية من مستوى عالي من الدراسة و التكوين و هو ما يساعد على توظيف العلاقات العامة و تكوين سبل الإتصال سهلة بين هذه الفئات .

جدول 21: يبين متغير العلاقات العامة ساهمت في تحسين الصورة الذهنية مع المستوى التعليمي

العلاقات العامة ساهمت في تحسين / المستوى التعليمي	جيدة	متوسطة	ضعيفة	المجموع
ثانوي	03 %15.79	11 57.89%	05 26.32%	19 100%
جامعي	03 %9.37	20 62.5%	09 28.12%	32 100%
دراسات عليا	00 %	06 66.66%	03 33.33%	09 100%
المجموع	06 10%	37 61.7%	17 28.3%	60 100%

التحليل الكمي :

من خلال الجدول يتضح لنا أن غالبية الأفراد من المستوى الثانوي صرحوا أن العلاقات العامة تساهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة بصورة متوسطة و ذلك بنسبة 57.89 % في حين 26.32 % منهم صرحوا بأنها تساهم بصورة ضعيفة أما النسبة الأقل فصرحت بأنها تساهم ببصورة جيدة و ذلك بنسبة 15.79% بينما المستوى الجامعي فغالبيتهم صرحوا بأمها تساهم بصورة متوسطة و ذلك بنسبة 62.5% في حين نسبة 28.12% صرحوا بأنها تساهم بصورة ضعيفة و 9.37% صرحوا بأنها تساهم بصورة جيدة ، أما أصحاب الدراسات العليا فصرحوا أغلبهم بأنها تساهم بصورة متوسطة و ذلك بنسبة 66.66 % في حين 33.33% صرحوا بأنها تساهم بصورة ضعيفة في حين سجلنا نسبة معدومة في أنها تساهم بصورة جيدة

التحليل الكيفي :

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن غالبية لأفراد العينة يرون أن العلاقات العامة تساهم بصورة متوسطة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لأن هناك عوامل أخرى تتدخل في عملية تحسين الصورة على غرار ما نستطيع المؤسسة تقديمه في خدمات فلا يمكن أن تكون العلاقات العامة هي المتحكم الرئيسي في تحسين الصورة الذهنية دون أن تقدم خدمات جيدة للمرضى و العمال ,كما نجد الإشارة إلي أن المستويين الثانوي و الجامعي صرحوا بنسب أقل أن العلاقات العامة تساهم بصورة جيدة في تحسين الصورة ،بينما الدراسات العليا لا ترى ذلك ،وهنا نلاحظ الإختلافات بين وجهات النظر في النظر لمفهوم العلاقات العامة .

1) الإستنتاجات :

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها خلصنا إلى النتائج التالية

1. عددالإناث أكثر من عدد الذكور في المستشفى ب 75 % .
2. **نجد** أن عنصر الإناث يعد من أهم مكونات داخل مصالح المستشفى مقارنة بالرجال حيث 25 % من رجال داخل المؤسسة .
3. الفئة التي يتراوح عمرها من 30 سنة إلى 40 سنة هي الأكبر عددا بالنسبة للموظفين ب 43.3%.
4. تعتبر الإجتماعيات من أهم أشكال العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية و كذا وسائل إتصال ب 58.3 %.
5. إن الإتصال الداخلي من أهم أشكال الإتصال متواجدة في المؤسسة له دور و فعالية في توفير علاقات بين الموظفين .
6. تسعى إدارة المستشفى لتحقيق أهداف في تبلبغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى ب 46.7 %.
7. تسعى الإدارة لتحقيق أهداف المستشفى من خلال تكوين علاقات جيدة بين المستشفى و المرضى ب 28.3 %.

8. إن وسائل الإتصال المستخدمة بكثرة على مستوى المستشفى هي الإجتماعيات ب 56.7 % ثم تليها الإتصال المباشرة و الإعلانات الوسائل المكتوبة و الوسائل الإلكترونية ب 18.3% .
9. العلاقات العامة ساهمت نوعا ما في تحسين صورة المستشفى ب 61.7 % .
10. المقابلة الشخصية مع المسؤول و المراسلة هي طرق الإتصال بين الموظفين و الإدارة في حالة حدوث مشكلة .
11. الإدارة هي المسؤولة عن العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية ب 76.7.
12. المسؤولين داخل المؤسسة الإستشفائية يرون مدى ضرورة وجود مكتب العلاقات العامة.
13. تأثير سوء العلاقات العامة على الأداء بين الموظفين داخل المؤسسة .
14. نقص الميزانية المخصصة للأنشطة الإتصالية يعتبر من الصعوبات التي تواجه المؤسسة الإستشفائية في تلبية إحتياجات .
15. نقص وسائل المختلفة داخل المؤسسة مما يؤدي إلى نقص سيرورة المؤسسة 45% .
16. يؤثر سوء العلاقات و عدم المساواة في المعاملة بين الموظفين على قيلم بالمهام المنوطة بهم و هذا ينعكس سلبا على سيرورة وجود العمل .
17. قلة الوعي بضرورة العلاقات العامة يؤثر سلبا على المؤسسة الإستشفائية 65 % .
18. إقتراحات الموظفين لتحسين مستوى العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الإستشفائية بقصر البخاري تمركزت في وضع مكتب خاص للعلاقات العامة إقتراح تخصيص مختصين في إتصال داخل المؤسسة و كذا المساواة بين العمال .

- **المقابلة و تحليلها :**

أ_مقابلة مع نائب مدير الموارد البشرية السيد دوبفي زوبير.

سؤال 01: هل هناك تطبيق للعلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية ؟

الإجابة : لا يوجد تطبيق للعلاقات العامة في المؤسسة لأنه لا يوجد مكتب خاص بالعلاقات العامة فالمؤسسة موفر فيها مكتب الإعلام و الإتصال .

سؤال 02: هل الوسائل كافية لتطبيق العلاقات العامة ؟

الإجابة : يوجد وسائل إتصال و هناك عدة أشكال الإتصال داخلي و خارجي للمؤسسة و لكن ليست كافية لتطبيق العلاقات العامة .

سؤال 03: هل هناك وعي بأهمية العلاقات العامة ؟

الإجابة : ليس هناك وعي لدي الموظفيين بأهمية العلاقات العامة لأنه يوجد أشخاص مسؤولين عن العلاقات العامة .

سؤال 04 : ماهي أهم العراقيل التي تواجهونها في تطبيق العلاقات العامة ؟

الإجابة : من بين العراقيل التي تواجه تطبيق العلاقات العامة هو عدم فهم الصحيح للعلاقات العامة لدى موظفين بالمؤسسة و كذلك لا يوجد شخص مكلف بالعلاقات العامة قلة الوسائل و كذلك سوء العلاقات يؤثر على أداء الموظفيين .

ب – مقابلة مع موظفة الإدارة عنيبة الزهراء

سؤال 01: هل هناك تطبيق للعلاقات العامة في المؤسسة ؟

الإجابة : لايوجد تطبيق للعلاقات العامة في المؤسسة

سؤال 02 : هل الوسائل كافية لتطبيق العلاقات العامة ؟

الإجابة : هناك وسائل إتصال داخل المؤسسة لتطبيق العلاقات العامة من بينها الهاتف الفاكس البريد الإلكتروني .

سؤال 03: هل هناك وعي بأهمية العلاقات العامة ؟

الإجابة : لا يوجد وعي بأهمية العلاقات العامة لأنها مجرد مفهوم فالموظفيين ليس لهم وعي بأهميتها داخل المؤسسة .

سؤال 04 : ماهي أهم العراقيل التي تواجهونها في تطبيق العلاقات العامة ؟

الإجابة : عدم وجود مختصين بالعلاقات العامة ة كذلك عدم المساواة بين الموظفين .

2) الإستنتاجات الخاصة بالمقابلة :

لقد جاءت نتائج المقابلات متشابهة لنتائج الإستبيان و كانت كالتالي :

- المؤسسة الإستشفائية لا يوجد بها مكتب خاص للعلاقات العامة .
- يعتمد الموظفين داخل المؤسسة الإستشفائية على إتصال داخلي .
- سوء العلاقات بين الموظفين يؤثر على عدم الإستقرار في العمل و عدم توفير جو العلاقات الملائم في خدمة المرضى ..

تعتمد المؤسسة على وسائل لتحسين العلاقات العامة و من بين وسائل الإتصال الإجتماعات الإعلانات الوسائل الشفوية الهاتف الفاكس الوسائل الإلكترونية اللافتات و الوسائل المكتوبة .

المبحث الثالث : نتائج الدراسة في المؤسسة الإستشفائية

تفسير ومناقشة نتائج تساؤلات الدراسة:

1_تفسير و مناقشة التساؤل الجزئي الأول:

من خلال النتائج المحصل عليها بعد تحليل جداول ,يتبين لنا وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية هي الإتصال بالموظفين حيث كانت أكبر نسبة ب 73,3 % أما الوظائف الأخرى كالإتصال بالمرضى و وسائل الإعلام كانت متقاربة 13,3% حسب إدلاء أفرادالعينة فهي قليلة و لذلك فإن المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري تعتمد على الإتصال الداخلي في وظائفها .

2_تفسير و مناقشة التساؤل الجزئي الثاني :

من خلال النتائج المحصل عليها بعد تحليل جداول ,تبين لنا أن المؤسسة الإستشفائية تستخدم وسائل وأساليب مختلفة للإتصال ، كالإتصال المباشر و الإعلانات ولكنها تعتمد بنسبة أكبر على الإجتماعات ب 56,7% لذلك فالمؤسسة الإستشفائية تعتمد في أساليبها على الإجتم اعات بنسبة أكبر كما تأخذ أشكال أخرى كالإتصال المباشر و الإعلانات من خلال اللافتات و لوحة الإعلانات .

3_تفسير ومناثشة التساؤل الجزئي الثالث :

من خلال النتائج المحصل عليها بعد تحليل جداول,تبين لنا أن العلاقات العامة تؤدي نوعا ما مهامها بكفاءة داخل المؤسسة الإستشفائية لأن أفراد العينة يرون عدم وجود جهة مكلفة بالإتصال ب31,7% في حين يرى بعض الأخر وجود جهة مكلفة بالإتصال من خلال وسائل الإتصال المستخدمة الهاتف و الفاكس ووسائل تكنولوجية

4_تقسير و مناقشة التساؤل الجزئي الرابع:

من خلال النتائج المحصل عليها بعد تحليل جداول ,تبين لنا العراقيل التي تحد من فاعلية تطبيق العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية هي أغلب الموظفين لم يستوعبو ا مفهوم العلاقات العامة ب 53,3% فالغالب يرون أن عدم فهم الحقيقي للعلاقات العامة هو العائق الحقيقي ,وكذا نقص وسائل تنفيذ العلاقات العامة داخل المؤسسة

***تفسير و مناقشة التساؤل العام:**

من خلال تحليل النتائج و مناقشة التساؤلات الجزئية والتي إنتهت بإجابة عن التساؤل الأول و الثاني و الثالث و الرابع ,وتوصلنا في اخر البحث الي أن مسؤولين داخل المؤسسة لم يدركو ا واقع العلاقات العامة وكذا نقص الإهتمام بها والإهمال المطلق للعلاقات العامة و عدم تطبيقها داخل المؤسسة وغياب مختصين في هذا المجال و برغم من أن مكتب الإعلام و الإتصال يحاول كسب ثقة أفراده ,إلا أن العلاقات العامة لازالت مهملة و لا تحظى بأهمية ومكانة مستحق.

نتائج العامة الدراسة :

- العلاقات العامة لا زالت مهملة و لا تحظى بأهمية كبيرة و لا تحال مكانتها التي تستحقها الإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى .

- إدارة المستشفى تضم ضمن هيكلها التنظيمي مكتب الإعلام و الإتصال يوكل إليه مهام العلاقات العامة إلا أنه بعيد كل البعد عن جهاز العلاقات العامة .

- تعتمد المؤسسة الإستشفائية على عدة وسائل و أساليب إتصالية يغلب على الوسائل المكتوبة : التقارير الوسائل الشفوية ، المقابلات ، الوسائل الإلكترونية ، الأنترنت و هذا نظرا لأهميتها و لسهولة إنتشار و التواصل بها .

- يعتبر عامل نقص الخبرة و الكفاءة من أهم المعيقات التي تواجه المؤسسة الإستشفائية إحتياجات المرضى .

- نقص الإهتمام بالعلاقات العامة و عدم تطبيقها داخل المؤسسة .

- هذا الذي يعني الإهمال المطلق للعلاقات العامة في المستشفى لأن مكتب الإعلام و الإتصال يحاول كسب ثقة و تأييد أفراد و لكن في ذلك غير ناجحة غير فعالة .

- المسؤولين لم يدركوا بعد طبيعة واقع العلاقات العامة في ظل غياب مختصين في هذا المجال و هذا من شأنه أن يقلل من مكانة المستشفى و خاصة أنه يقدم خدمات و هو مجال الخصب الذي يبرز فيه الدور الفعال للعلاقات العامة .

- فهذا هو حال العلاقات العامة في المستشفى ميدان الدراسة حيث نرى أنه رغم وعي المستشفى بأهمية كسب ثقة تأييد الجماهير التي تتعامل معها إلا إنه لم تعد أهمية العلاقات العامة كأسلوب في التسيير و كقوة إدارية تحافظ على وجوده.

التوصيات و الإقتراحات :

و قد إرتأيت أن أختم موضوعي هذا ببعض الإقتراحات و التوصيات و التي أتمنى أن تجد آذان صاغية لتطبيقها :

- إعادة النظر في أهمية العلاقات العامة لإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى .

- إنشاء إدارات و أقسام وحدات علاقات عامة في الجهات التي لا توجد بها علاقات عامة .

- توحيد المسميات التنظيمية لإدارات أو الوحدات القائمة بنشاط العلاقات العامة و إلغاء المسميات الأخرى التي لا تتفق مع الفهم الصحيح للعلاقات العامة .

- العمل على إقناع الإدارة العليا بأهمية و وظيفة العلاقات العامة و الواقع الذي تلعبه في النهوض بالمستشفى .

- محاولة الإستفادة من وسائل الإتصال و دراسة الأساليب الإتصالية داخل المستشفى .

- ضرورة تعاون الإدارات المختلفة في المستشفى مع إدارات العلاقات العامة حتى يتسنى لها القيام بواجباتها على أكمل وجه.

خاتمـــــة

خاتمة :

من خلال دراستنا النظرية و الميدانية نستطيع القول بأن إختيار موضوع العلاقات العامة كان إنطلاقا من كونها وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة , لتكون بمثابة همزة وصل بين المؤسسات و الجماهير لإنشاء علاقات و إيجاد قنوات إتصال ذات إتجاه تبادلي بينها كونها تعمل على إحداث التكيف بين كل من المؤسسة و الجماهير المتعامل معها, و إذا أريد المجتمع المنسجم مع أهداف الجهاز الإدارة فيجب أن يتعرف الجماهير على أعمال الجهاز الإدارة حتى يتلاءموا معه و لا يتأثيرا عكسيا به.

و إعتمادا على نتائج الدراسة نستطيع القول أن المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري لم تستوعب بعد الواقع الفعال التي تؤديه برامج العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة و كسب ثقة و تأييد الجماهير المتعامل معها و هذا راجع لغياب متخصصين قائمين بأعباء العلاقات العامة و ذلك من شأنه أن يؤثر سلبا على مكانة المؤسسة أمام جماهيرها الداخلية و المجتمع بصورة عامة .

وإعتمادا على النتائج فالعلاقات العامة لا تحظى بمكانةهامة داخل المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري و هذا لعدم وجود هيئةأو إدارة تشرف على العلاقات العامة و التنسيق مع مصالحها

و نرجو أن تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن ماهية العلاقات العامة و واقعها في المؤسسة الإستشفائية و أن نكون من خلالها قد أثرنا إهتمام المسؤولين في المستشفى بأهمية العلاقات العامة خاصة في مجال الخدمات .

قائمة المصادر و

المراجع

قائمة المصادر و المراجع

الكتب :

1- أبو شنب جمال محمد ، البحث العلمي ، المناهج و الطرق و الأدوات ، دون طبعة ، دار المعرفة الجامعية للنشر 2007

2- أنجرس موريس ، ترجمة صحراوي بوزيد و آخرون ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية ، طبعة 2 ، الجزائر ، دار القصبة للنشر 2004-2006،

3- أبو أصبع صالح خليل ، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني طبعة 1 ، حار الشروق عمان 1998

4- الجوهر ناجي محمد ، وسائل الإتصال و العلاقات العهامة ، طبعة 1 عمان ، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع 2000

5- بن مرسلي أحمد ، مناهج البحث العلمية في علوم الإعلام و الإتصال ، طبعة 2 ، ديوان مطبوعات الجامعية ، الجزائر 2005

6- بدوي هناء حافظ ، العلاقات العامة و الخدمة الإجتماعية ، أسس نظرية و مجالات تطبيقية ، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة 2001

7- بدر أحمد ، أصول البحث العلمي و مناهجه ، المكتبة الأكادمية القاهرة 1996

8- بطرش سليم جلدة ، إدارة المستشفيات و المراكز الصحية ، دار الشروق للنشر و التوزيع ى، طبعة 1 عمان 2007

9- جيلاني عجة ، قانون المؤسسات العمومية الإقتصادية الإشتراكية ، التسيير إلى الخوصصةى دار الخلدونية للنشر 2006

10- الغريب محمد عبد الكريم البحث العلمي لتصحيح المناهج و الإجراءات ، المكتب الجامعي الإسكندرية 1982

11- العساف محمد عبد المعطي ، التطورات المنهجية و علمية البحث العلمي ، دار النشر طبعة 1 عمان 2002

12- جاد الله كشك محمد بهجت ، العلاقات العامة و الخدمة الإجتماعية بدون طبعة ، دار المعرفة الجامعية الحديثة الإسكندرية ، 2003

13- دليو فضيل ، إتصال المؤسسة إشهار علاقات عامة ، علاقات علم الصحافة ، طبعة 1 القاهرة دار الفجر للنشر و التوزيع 2003

14- حسن سمير محمد ، العلاقات العامة ، عالم الكتب 28 عبد الخالق ثروت مصر القاهرة طبعة 2 1995

15- حسن سمير منصور ، مناهج العلاقات العامة ، دار المعرفة الجامعية

16- حسن محمد عبد الباسط ، أصول البحث الإجتماعي مكتبة وهبة ، القاهرة 1995

17- كمال محمد راسم ، مقدمة في مناهج البحث و الدراسات الإعلامية ، دون طبعة جامعة القاهرة 1999

18- محمود صالح عبد المجيد و آخرون ، العلاقات العامة و الإعلام في الخدمة الإجتماعية دار المعرفة الجامعية مصر 2004

19- مخيم عبد العزيز ، الكعمانة محمد الإتجاهات الحديثة في إدارة المستشفيات ، المفاهيم و التطبيقات ،المنطقة العربية للتنمية الإدارية مصر القاهرة 2003

20- مصطفى أحمد محمد ، الخدمة الإجتماعية في مجال العربية العامة دار المعرفة الجامعية 1999

21- نصيرات فريد توفيق ، إدارة المستشفيات طبعة 1 إثراء للنشر و التوزيع الأردن عمان 2002

22- عبد السميع غريب ، الإتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر الطبعة 1 ، دار الشباب الجامعية 2012

- عبد الماجد حامد مقدمة في منهجية دراسة طرق بحث الظواهر 23 السياسية دار الجامعية للطباعة و النشر 2000

24- عبد الحميد محمد دراسة الجماهير في بحوث الإعلام ، عالم الكتب دون طبعة القاهرة 1993

25- عبد الرحيم عبد الله محمد العلاقات العامة بين الإدارة و الإعلام القاهرة ، مكتبة دار التالي 1986

26- عثمان الصيني ساوي ، حافظ بدوي هناء ، أبعاد العلمية الإتصالية رؤية نظرية و علمية و واقعية بدون طبعة المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 1999

27- قاسم محمد ، مدخل إلى مناهج البحث العلمي ، دار النهضة العربية للطباعة و النشر الطبعة 1 – 1992

28- شتا علي ، المنهج العلمي و العلوم الاجتماعية مكتبة و مطبعة الإشهار القاهرة 1987

29- خضر أحمد جميل، العلاقات العامة ، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة طبعة 1 – 1998

- ساعاتي عبد الإلاه ، مبادئ إدارة المستشفيات إدارة الفكر العربي القاهرة 30 1998

المعاجم:

- **المنجد الأبجدي، بيروت المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري، طبعة 8**
- **المنجد الأبجدي، بيروت لبنان، دار المشرق طبعة 5، 1967**
- **القاموس العربي الشامل الأداء دار الرتب الجامعي طبعة 1 بيروت 1999**

المجلات:

- **عراية الحاج ، ازدواجية السلطة في المستشفيات ، مجلة الباحث جامعة ورقلة العدد 7 ، 2009 – 2010**

- عبد الكاظم الربيعي فاطمة برامج العلاقات العامة و إستراتجية بناء و تعزيز سمعة المؤسسة كلية الإعلام جامعة بغداد العدد 8 ، 2010

الجرائد :

الجريدة الرسمية المرسوم التنفيذي رقم 07-140 العدد 33 المؤرخ 19 ماي 2007

الرسائل الجامعية :

- حاج أحمد كريمة العلاقات العامة داخل المؤسسة ، دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسجية Deniten 2009 -2010
- بن قيط الجودي ، إستراتجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية دراسة وضعية للمؤسسة الإستشفائية بالأغواط 2010-2011
- مسيلي ياسين ، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية 2005-2006

الملاحق

الملحق (1)

إستمارة إستبيان

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال

تخصص إتصال و علاقات عامة

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال تحت عنةان واقع تطبيقات العلاقات العامة داخل المؤسسة الإستشفائية نضع بين أيديكم هذه الإستمارة و هذا بالإجابة على الأسئلة المنظمة بوضع علامة (x) أمام الإجابة الملائمة التي تختارونها

للإشارة فإن المعلومات التي ستدلون بها ستبقى في كنف السرية و الكتمان و لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

شكرا على تعاونكم

*** إعداد الطالبة :**

*** أمينة كركوب**

*** تحت إشراف الأستاذة :**

*** د / أمينة نبيح**

السنة الجامعية : 2018/2017

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجـنس : -1

ذكـر ☐ **أنثى** ☐

2 _المستوى الدراسي:

ثانوي ☐ **جامعي** ☐ **دراسات عليا** ☐

3_السن:

من 20 سنة إلى 30 سنة ☐ **من 30 إلى 40 سنة** ☐ **من40 سنة فما فوق** ☐

4_ الوضعية المهنية:

عامـل عـادي ☐ **ممرضة** ☐ **طبيب** ☐ **إداري** ☐

المحـور الثاني: واقـع العلاقات العامة داخل المؤسسة الاستشفائية

5_هل تتوفر المؤسسة الإستشفائية على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ؟

نعـم ☐ **لا** ☐

6_إذا كانت الإجابة بنعم فماهي الوظائف المنوطة بهذه المصلحة ؟

إجتماعات ☐ **أعمـال ميدانية** ☐ **وسـائل الاتصـال** ☐

7- من السؤول عن العلاقات العامة في المؤسسة ؟

الادارة ☐ **الموظفين** ☐ **مسؤولية العلاقات العامة** ☐

8_ماهي الوظائف التي يقوم بها مكتب العلاقات العامة؟

الإتصال بالموظفين ☐ الإتصال بالمرضى ☐ الاتصال بوسائل الاعلام ☐

-9 هل تنظم نشاطات مصلحة العلاقات العامة من خلال ؟

- تكوين علاقات جيدة بين زملاء العمل ☐

- تكوين علاقات جيدة بين المستشفى والمرضى ☐

- تبليغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى ☐

- تنظيم النشاطات الإتصالية داخل المستشفى ☐

أخرى أّذكرها .....

10_ ماهي أشكال الاتصال بين الادارة و الموظفين في المؤسسة؟

إجتماعات ☐ إعلانات ☐ الاتصال المباشر ☐

11_ماهي طرق الاتصال بين الإدارة في حالةحدوث مشكلة ما ؟

المقابلة الشخصية مع المسؤول ☐

الإجتماعات ☐

المراسلة ☐

12-العلاقات العامة ساهمت في تحسين الصورة الذهنية للمستشفى بصفة ؟

جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

13_هل هناك جهة مكلفة بالاتصال والعلاقات العامة في مؤسستكم؟

نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

14_ هل ترون أن مسؤول العلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب ؟:

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

15_ماهي أهم الصفات التي يجب توفرها في رجل العلاقات العامة؟

_فن التعامل مع العمال ☐

_الحيوية في النشاط ☐

_القدرة على الانصال ☐

_روح المبادرة

أخرى أذكرها ....

المحور الثالث : خاص بالعراقيل التي توجد بإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الإستشفائية ؟

16_ماهي العراقيل التي تعيق إمكانية تحقيق إمكانياتهم لخدمة المؤسسة الاستشفائية ؟

- قلة و سائل تنفيذ العلاقات العامة ☐

- عدم فهم العلاقات العامة ☐

أخرى أذكرها ....

17- ماهي طبيعة النقائص التي تواجه عملية تطبيق العلاقات العامة في رأيك ؟

معنوية ☐ مادية ☐

-إذا كانت مادية تتمثل في: 18

1- نقص وسائل الإتصال المختلفة ☐

2- نقص قاعات إجتماعية ☐

3- ضعف ميزانية المخصصة للأنشطة الإتصالية ☐

أذكرها .....

19- ماهي إقتراحتك لتحسين مستوى العلاقات العامة في المؤسسة الإستشفائية ؟

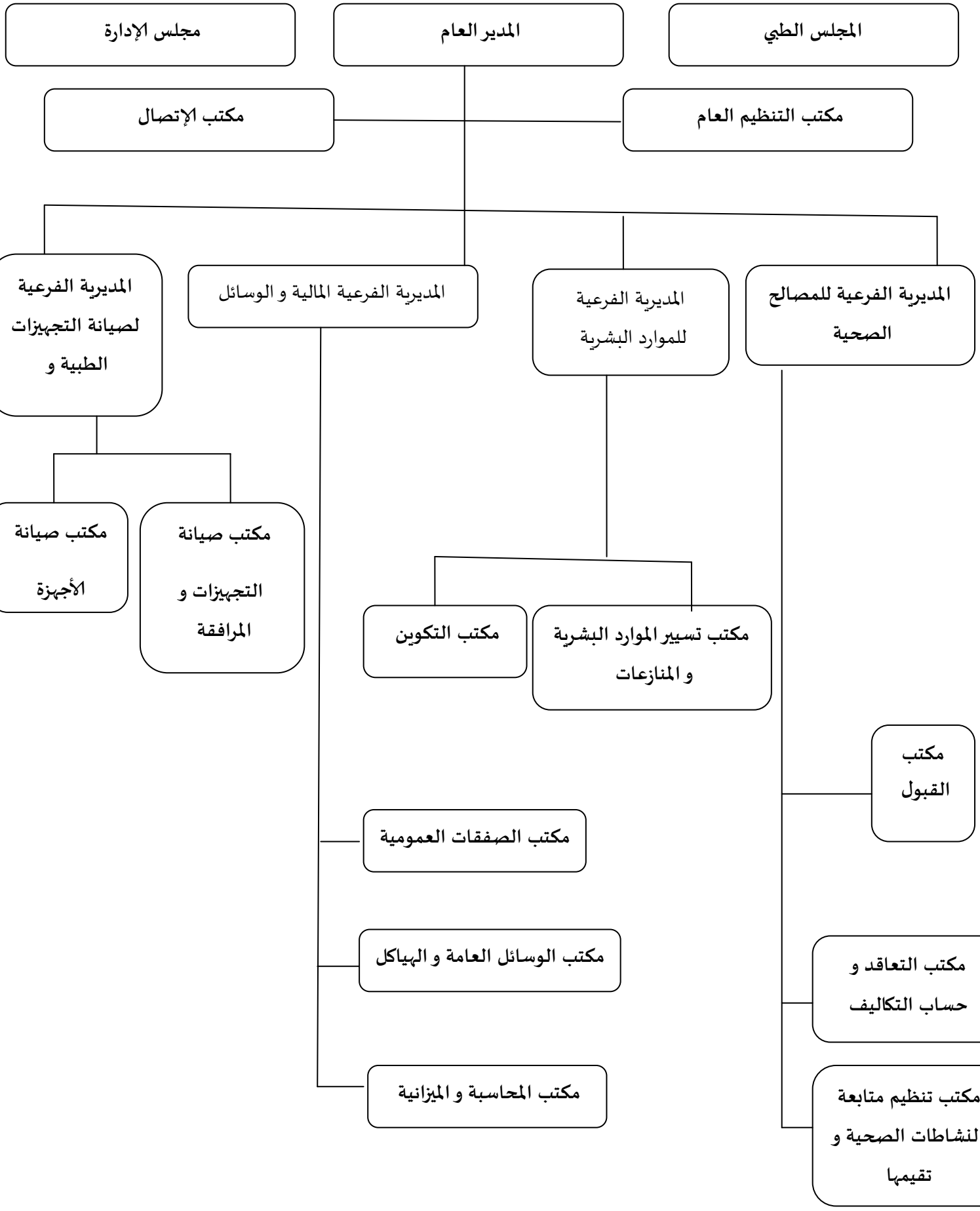
.....

.....

.....

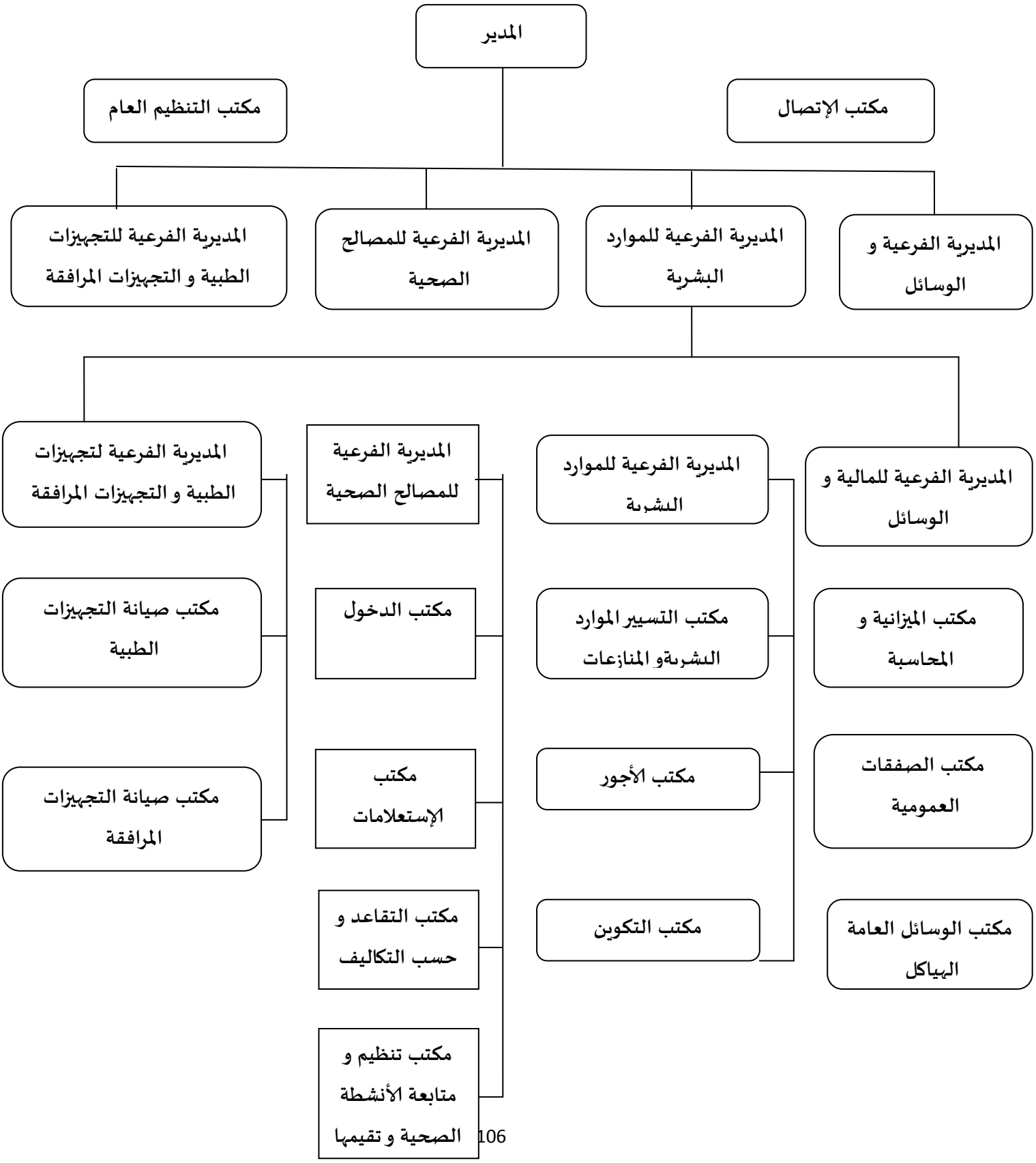
الملحق 2

الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الإستشفائية بقصر البخاري



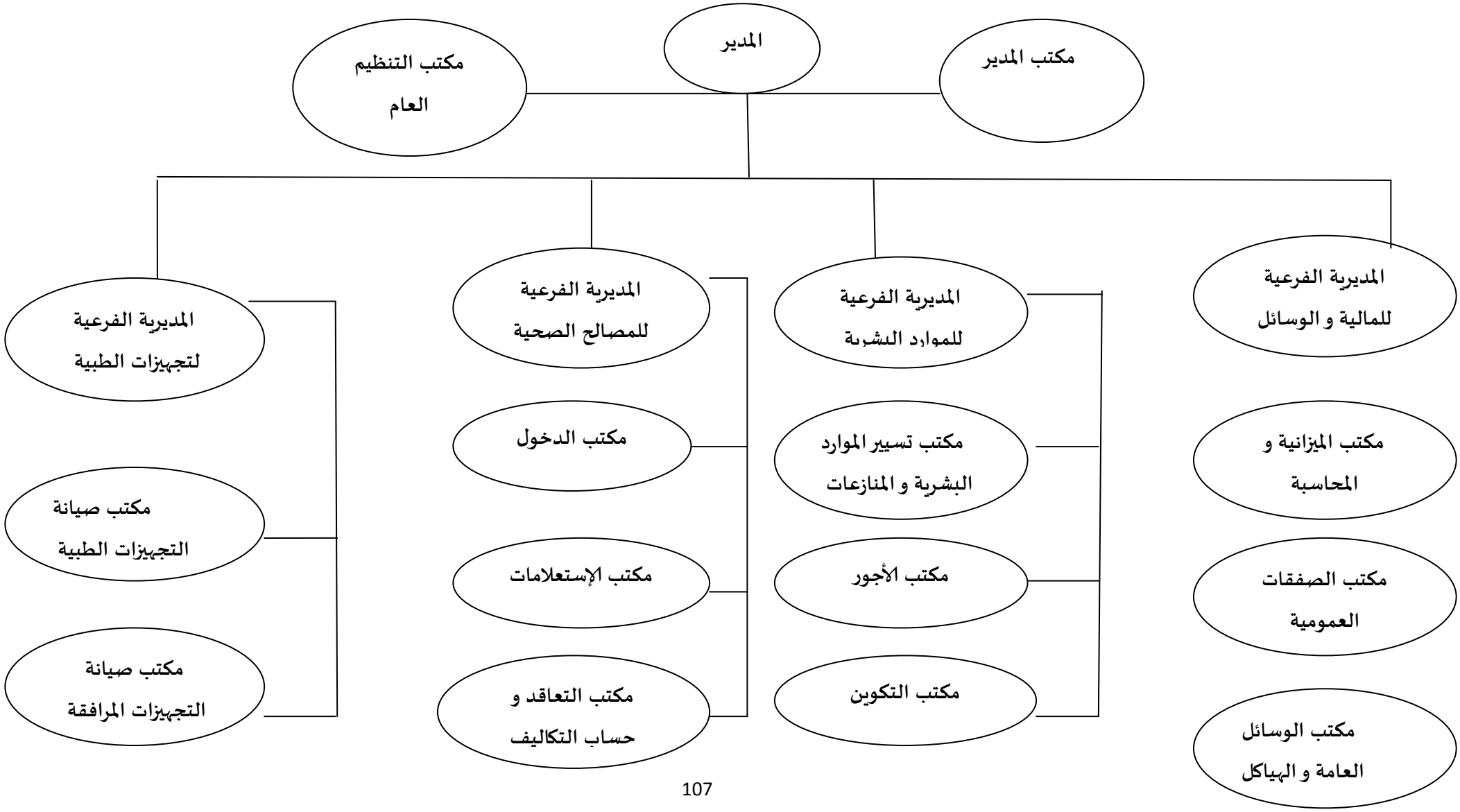
الملحق3

الشكل رقم (1) : الخريطة التنظيمية للمؤسسة العمومية الإستشفائية بقصر البخاري (1)



الملحق رقم 4

الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الإستشفائية بقصر البخاري ولاية المدية



الفهرس

شكر

إهداء

خطة الدراسة

قائمة الجداول

المقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإشكالية 6

التساؤلات 7

أسباب إختيار الموضوعية 8

تحديد المفاهيم و المصطلحات 9

أهداف الدراسة 10

أهمية الدراسة 10

حدود الدراسة 11

الإجراءات المنهجية للدراسة 11

أ-نوع الدراسة 11

ب منهج الدراسة 12

ج- أدوات الدراسة 12

مجتمع الدراسة 15

عينة الدراسة 15

صعوبات السابقة 19

الإطار النظري:

الفصل الثاني : ماهية العلاقات العامة

تمهيد

المبحث الأول : تعريف العلاقات العامة 23

المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة و تطورها 25

المبحث الثالث : أسس و مبادئ العلاقات العامة 29

المبحث الرابع: أهمية و أهداف العلاقات العامة 32

خلاصة الفصل 34

الفصل الثالث : واقع تطبيقات العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية

تمهيد 36

المبحث الأول : المؤسسة الاستشفائية مفهومها و وظائفها 37

المبحث الثاني: استراتجيات العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية 42

المبحث الثالث: اليات العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية 46

المبحث الرابع: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية 50

خلاصة الفصل 55

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

المبحث الأول : بطاقة فنية عن المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري 58

المبحث الثاني : تحليل بيانات المؤسسة الإستشفائية بقصر البخاري 61

المبحث الثالث: نتائج الدراسة في المؤسسة الإستشفائية . 86

التوصيات و الاقتراحات 91

خاتمة 93

قائمة المصادر و المراجع 95

الملاحق 100

الفهرس