جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية

ـ دراسة حالة ـ

المؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد بوضياف " بالمدية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبتين :

- بن قويدر زينب
- يوس نورة

إشراف الأستاذ:

- د. جهاد الغرام

السنة الجامعية :2014-2015

شكر وعرفان

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى :

الأستاذ المشرف الدكتور جهاد الغرام ، الذي مدّ لنا يد العون بكل سخاء دون أن يبخل علينا بما كان في وسعه تقديمه ،فكان نعم المرشد الموجه ،حفظه الله وسدد خطاه .

كما لا يفوتنا أن نشكر الدكتور مصطفى سحاري عل توجيهاته لنا .

و نشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل .

وإلى كل قسم علوم الإعلام والاتصال .

كما لا يفوتنا أن نشكر كل أعضاء اللجنة.

إهـــــــداء

إلى نبع الحب والحنان إلى ملاكي في الحياة ،إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي ،إلى من حملتني وهنا على وهن ،إليك يا أغلى من روحي أمي الغالية .

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار ،إلى من علمني العطاء بدون انتظار،إلى من أحمل إسمه بكل افتخار ،إلى من كافح الصعاب ومشقات الحياة لأجل ما أنا عليه أبي العزيز.

"وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا "

إلى الذين قاسمتهم رغد العيش ودفئ البيت وحنان الوالدين ولم يبخلوا عليّ بنصائحهم أخواتي وأخي العزيز فريد .

إلى كتاكيت العائلة :آدم ، محمد .

إلى زميلتي التي رافقتني في إنجاز هذه المذكرة :زينب .

إلى أعز وأغلى صديقاتي الذين أحببتهم وأحبوني .

إليكم أهدي هذا الجهد المتواضع .

نورة

إهـــــــداء

إلى من سهرا شوقا حتى يريان أتخطى درجات العلم ،إلى من تعبا لأرتاح ،إلى والدي الكريمين.

إلى من تذوقت معهم أجمل اللّحظات إخوتي :وهيبة ، إيناس ،رضوان ، محمد رضا.

إلى من جعلهم الله إخوتي في الله ومن أحببتهم بالله كل طلاب قسم الاعلام والاتصال.

إلى الأستاذ الكريم "مفتاح دراجي"

إلى الأخوات التي لم تلدهم أمي ، إلى من تحلّو بالإخاء ، وتميّزوا بالوفاء والعطاء ، إلى ينابيع الصدق والصفاء ، إلى من معهم سعدت صديقاتي : نورة ، مريم ،صفية، خديجة ،إلهام.

إلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا ،إلى الأساتذة الكرام.

إلى كل من تجمعنا بهم صلة الرحم والقرابة ولم نأت على ذكرهم .

إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي .

زينب

خطة الدراسة

مقدمة

<u>الإطار المنهجي :</u>

الإشكالية والتساؤلات

أسباب اختيار الموضوع

أهداف وأهمية الدراسة

المنهج المستخدم وأدوات البحث .

تحديد المصطلحات

تحديد الدراسات السابقة

صعوبات الدراسة

<u>الإطار النظري</u>

الفصل الأول : الاتصال والاتصال المؤسساتي

المبحث الأول :ماهية الاتصال

المطلب الأول :تعريف الإتصال وأهميته

المطلب الثاني:وظائف وأهداف الاتصال

المطلب الثالث:خصائص ووسائل الاتصال

المبحث الثاني :الاتصال المؤسساتي

المطلب الأول :تعريف الاتصال المؤسساتي .

المطلب الثاني : أنواع الاتصال المؤسساتي .

المطلب الثالث : الشروط الواجب توافرها في الاتصال المؤسساتي الجيد .

الفصل الثاني : العلاقات العامة وآليات تنفيذها

المبحث الأول : ماهية العلاقات العامة

المطلب الأول : تعريف ونشأة العلاقات العامة .

المطلب الثاني :أهمية وخصائص العلاقات العامة .

المطلب الثالث:أهداف ومبادئ العلاقات العامة .

المبحث الثاني : آليات تنفيذ العلاقات العامة

المطلب الأول :دور وظائف العلاقات العامة .

المطلب الثاني :برامج وأنشطة العلاقات العامة .

المطلب الثالث :أساليب تنظيم العلاقات العامة .

المطلب الرابع :صفات أخصائي العلاقات العامة.

الإطار التطبيقي :

الفصل الثالث:التقديم العام للمؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد بوضياف" بالمدية .

المبحث الأول : التعريف بالمؤسسة الاستشفائية" محمد بوضياف" بالمدية .

المطلب الأول :تعريف ونشأة المؤسسة .

المطلب الثاني : هياكلها التنظيمية .

المطلب الثالث : الوسائل الاتصالية المستخدمة داخل المؤسسة .

تحليل البيانات

نتائج الدراسة

الخاتمة

الملاحق

قائمة الجداول

قائمة المراجع

الفهرس .

المقدمة

مقدمة:

لقد أصبح للعلاقات العامة أهمية بارزة على كافة الأصعدة ،حيث ظهرت مؤسساتها العلمية المتخصصة ،وأصبح تدريسها في العديد من التخصصات أمرا ضروريا لإعداد الخريجين لميدان العمل وتزويدهم بما يساعدهم على النجاح فيه والقيام بمتطلبات مهامه .

ويكون بذلك الاعتقاد السائد أن العلاقات العامة هي مجرد إعداد للنشرات وإصدار للكتيبات وإلقاء للخطب اعتقادا خاطئا ،ولا يعدو إلا أن يكون أحد جوانبها المتعددة والمتمثلة في دراسة الجماهير والتعرف على آرائها حول المؤسسة أو الخدمة التي تقدمها ، ثم نقل هذه الاتجاهات والآراء إلى إدارة المؤسسة ،حيث تستعين بها في تعديل سياستها وبرامجها بما يتناسب مع هذه الاتجاهات .

إن العلاقات العامة بهذا الدور الذي تقوم به أصبحت وظيفة حيوية مهمة من وظائف المؤسسة الحديثة تستلزم الاهتمام بها ، وكذا إعطاءها مكانة داخل المؤسسة ،ولتدعيم هذا الإهتمام ارتأينا أن نتناول موضوع العلاقات العامة لإثرائه ولتوضيح الوظائف الحقيقية لها ،وكذا الوقوف على بعض المشاكل التي تحد من فعاليتها .

ولدراسة مشكلة البحث وتحقيق أهدافه تم اعتماد خطة قوامها إطار منهجي و إطار نظري يحتوي على فصلين بالإضافة إلى الإطار التطبيقي.

يمثل الإطار المنهجي الحيثيات المنهجية المتبعة ، و يحتوي على عدة عناصر تناولت إشكالية البحث و تساؤلاته، تحديد المفاهيم مع أسباب و أهمية و أهداف البحث ومنهج البحث "دراسة حالة "وذلك باستخدام أداة الاستمارة ،بالإضافة إلى العينة حيث اعتمدنا على العينة القصدية ، كما قمنا بتحديد الدراسات السابقة وفي الأخير الصعوبات التي واجهتنا في إنجاز المذكرة.

و اشتمل **الإطار النظري** على فصلين أساسيين :

الفصل الأول :خصص للاتصال والاتصال المؤسساتي و تضمن مبحثين :

استعرضنا في المبحث الأول ماهية الإتصال و المبحث الثاني الاتصال المؤسساتي.

الفصل الثاني :العلاقات العامة وآليات تنفيذها و تضمن مبحثين :

المبحث الأول: شمل ماهية العلاقات العامة أما المبحث الثاني: فشمل آليات تنفيذ العلاقات العامة .

الإطار التطبيقي :وشمل التقديم العام للمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية بالإضافة إلى تحليل النتائج.

الإطار المنهجي

الإشكالية :

تحتل العلاقات العامة أهمية بالغة في المؤسسة ، ومن المؤكد أن المؤسسة الحديثة لا تستغني عن العلاقـات العامـة كوظيفة من وظائف تسيير المؤسسة وكــذا كعامل أساسي من عوامل قوتـها ونجاحها لذلك لا تخلو المؤسسة أيا كانت طبيعتها من قسم أو مصلحة خاصة بإدارة العـلا قـات العامة التي تعمل على رسم السياسات والإِستراتيجيات وإعداد الخطط وبرامج العمل التي تبنى على أسس مدروسة ويشترط في نجاح استراتيجية العلاقات العامة إتباع خطوات منظمة وواضحة تعمـل على تطوير العملية الاتصالية للمؤسسة أو الجهاز من خلال اِستخدام أنجع الطرق والوسائـل وأدق المعلومات حول كل دور في المؤسسة من الداخل وما يدور بها من متغيرات خـارجية ،ولعل هذا ما يعكس الدور الهام والبالغ الذي تكتسبه العـلاقات العامة في المنظمات فهي لا تخرج عن كونها نشاط تسعى المنظمة من خلاله إلى كسب ثقة وتأييد جل الجماهير لأهداف وسياسات وإنـجازات المنظمة وخلق جو من الألفة والتعاون مابين المؤسسة وجماهيرها المختلفة ، وهذا يعتمد على وجود سياسات سليمة ،ولذلك فإن العلاقات العامـة في المؤسسات تـختلف عن طبيعتـها وأهدافـها فـي المؤسسات الخاصة .

وتعد المؤسسات التي تقدم خدمات من أخصب المجالات التي تنشط فيها إدارة العلاقات العامة من بينها المؤسسات الصحية باعتبارها واحدة من المؤسسات الخدماتية التي هي بـأمس الحاجة إلى العـلاقات العامة ، بحيث تتعامل إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الصحية مع المرضى ،ومع ذويهم ومع الأطباء، والممرّضين وشركات التأمين ، وفي بعض البلدان أصبحت فيها الخدمات الصحية مجالا تجاريـا يستهدف استقطاب المرضى في ظل تنافس المستشفيات الخاصة وإقناع الناس بالخدمات التي تقدمها.

والمستشفى كغيره من المؤسسات الصحية التي تقدم خدمات للمواطنين يحتاج لإجراء الاتصالات مع الجمهور من أجل إعلامه عن أهداف ومنجزات أنظمة المستشفى، ومراعاة شؤون المرضى والمراجعين والمحافظة على ممتلكات المستشفى.

ولعل ما سبق يؤكد أهمية العلاقات العامة في الجهاز العمومي وتوفير المعلومات ،والحقائق التي ترتكز عليها خطط وبرامج العلاقات العامة، والالتزام بالتخطيط كجزء هام وضروري لأي برنامج داخل أي مؤسسة ،على ضوء ما سبق نطرح الإشكالية التالية :

- ***ما هو دور العلاقات العامة في تحسين صورة مستشفى محمد بوضياف بالمدية ؟***

وتندرج تحت هذه الإشكالية عدة تساؤلات :

- كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها ؟
- ما مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟
- هل هناك متخصصون قائمون على نشاطات العلاقات العامة؟
- ما هي مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية المستعملة في إدارة العلاقات العامة ؟
- ما هي العراقيل التي تحد من فعالية نشاط إدارة العلاقات العامة في المؤسسة ؟

أسباب اختيار الموضوع:

مما لا ريب فيه أنّ كل دراسة علمية لا تبنى اعتباطا ، ولا عفويا بل تخضع لأسباب عدة موضوعية كانت أو ذاتية، فالعلاقات العامة أصبحت موضوع السّاعة ونقطة اهتمام الباحثين كونها الشريان الذي يصل المؤسسة بجمهورها من خلال الانشغالات والقضايا والأنشطة التي تقوم بها.

ومن جملة الأسباب التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع نقاط نحصرها في ما يلي:

الأسباب الموضوعية:

- ✓ معرفة واقع العلاقات العامة بالمؤسسة الاستشفائية بالمدية .
- ✓ معرفة مدى إدراك العمال لأهمية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإستشفائية.
- ✓ المساهمة في إثراء المكتبة ببحثنا هذا في العلاقات العامة .
- ✓ معرفة مدى ممارسة وتطبيق العلاقات العامة كتقنية اتصالية في المؤسسة .
- ✓ قلة اهتمام مسؤولي المؤسسة الإستشفائية بالمدية بالعلاقات العامة وعدم إدراكهم الجيد لها.

الأسباب الذاتية:

- ❖ هناك اهتمام شخصي بالبحث في مجال العلاقات العامة وفي المؤسسة الصحية الجزائرية بالذات، لما لهذا الموضوع من تأثير على الرأي العام المعني بهذا القطاع خاصة وأنها لا تتمتع بالمكانة المناسبة و المستحقة، لكون الاهتمام بها لا يزال ضعيفا من قبل مسئولي المؤسسة الوطنية، لذلك يمكن اعتبار البحث في حقيقة هذا الموضوع هو الدافع الأساسي في اختياري له.
- ❖ ومن وجهة نظري الشخصية أيضا، يمكن اعتبار هذا الموضوع على درجة ما من الحداثة وعليه كان هذا دافعا آخر لدراسته.
- ❖ حب الإطلاع والرغبة في التطرق لموضوع ديناميكي وفرصة للخروج إلى الميدان والاحتكاك بالوسط المهني لاكتساب التجربة .
- ❖ بما أننا ندرس تخصص إتصال وعلاقات عامة فسيكون لهذا الموضوع أثر ونتيجة إيجابية نحتاجها في حياتنا اليومية مستقبلا .

أهداف الدراسة:

الهدف الاساسي :

- الكشف عن دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإستشفائية بالمدية ومدى إعتمادها على مسؤول العلاقات العامة .

الأهداف الفرعية :

- معرفة مختلف الأساليب والوسائل الإتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها.
- محاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاط إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة.
- إزالة الغموض وتوضيح الصورة وذلك بإبراز الدور الحقيقي للعلاقات العامة ومكانتها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
- محاولة جلب إنتباه المسئولين في المؤسسة الصحية بالمدية بالأهمية البالغة لدور العلاقات العامة.
- محاولة تقديم بعض الإستنتاجات والإقتراحات لتفعيل دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة.
- تحديد المعنى الحقيقي والعلمي لمفهوم العلاقات العامة بالممارسة .
- إثراء البحث العلمي بمعلومات أخرى عن العلاقات العامة .

أهمية البحث :

أهمية موضوعنا يتوقف من خلال الظاهرة التي نريد دراستها وعلى قيمتها العلمية وهي العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية، وما يمكن الاستفادة منها مستقبلا .

ولهذا كان عليها من خلال تطرقنا لهذا الموضوع أن نفكر بطريقة الإلهام بأهمية البحث والدراسة بشكل أكاديمي مميز لذلك قمنا بحصره في بعدين ،البعد النظري والبعد التطبيقي وتتمثل أهمية البعد النظري في إضافة البحث العلمي في مجال تخصص العلاقات العامة ،فموضوع البحث لم يناقش من قبل على مستوى المستشفى ،وتوجد ندرة علمية في الأبحاث التي ناقشته ،وذلك لكونه حديثا ،وموضوعنا يمزج بين عدة تخصصات ،القطاع الصحي والخدماتي ،العلاقات العامة ،وهذه النقاط تعد إضافة علمية في دراستنا .

أما أهمية البعد التطبيقي فيتمثل في محاولة إبراز واقع العلاقات العامة بمستشفى المدية وإبراز المؤسسة الإستشفائية كمؤسسة تقدم الخدمات الطبية المجانية للمواطن .

- **تحديد المصطلحات والمفاهيم :**

تعتبر المفاهيم المستخدمة في البحوث ذات اهمية كبرى ،ذلك ان العمل الناجح يتطلب من البداية ضبط ما نرغب في الوصول اليه بصورة دقيقة ومفصلة لذلك وجب القيام بضبط الموضوع من حيث تحديد المصطلحات ومن خلال هذا يحتاج بحثنا الى تحديد المفاهيم والمصطلحات التالية :المؤسسة ،المؤسسة العمومية الاستشفائية .

تعريف المؤسسة : entreprise

المؤسسة لغة : " هي جمعية أو شركة أسست لغاية علمية أو خيرية أو اقتصادية أو اجتماعية ويقال مؤسسة علمية ، مؤسسة خدماتية ".[1]

المؤسسة اصطلاحا *:* تعني كلمة المؤسسة من الناحية "السوسولوجية "مجموعة من الأحكام والقوانين الثابتة التي تحدد العلاقات الاجتماعية في المجتمع.[2]

كما يعرّفها علماء الاجتماع بأنّها أساليب للعمل والإحساس والتفكير متبلورة وإلى حد ما ثابتة ملزمة ،مميزة لمجموعة اجتماعية ".[3]

أما حسن حكاك فيعرفها بأنها "مجموعة من الأفراد مكونة بشكل تركيبي موحد لجميع العناصر البشرية ، كما أنها مجموعة من البشر تعمل متضامنة لتحقيق أهداف معينة ، وفق مسؤوليات كل منهم ،وبموجب هذا التحديد فإن المؤسسة عبارة عن مجموعة من البشر ،يعيّن لكل فرد منها دور يؤديه ويهدفون جميعا إلى تحقيق غايات مشتركة.[4]

ويعرّفها عبد الرّزاق بن حبيب :"المؤسسة كمنظّمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما ،تتخذ فيها القرارات حول تركيبها الوسائل البشرية المالية ،والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمكاني ".[5]

المؤسسة إجرائيا *:* من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأنها عبارة عن هيكل تنظيمي تضم الموارد المادية والبشرية وتقوم على أساس العمل الجماعي للعمل فيها من أجل تحقيق أهداف المؤسسة .

---

[1] دينكل ميشيل **:معجم علم الاجتماع** ،ط2 (دار الطليعة ،بدون بلد النشر)1981،ص 102 .

[2] المرجع نفسه ، ص:127 .

[3] **المعجم النقدي لعلم الاجتماع** ،ط1،(د.ن ، د.ب)1986 ،ص 479 .

[4] حسن حكاك **:نظرية المنظمة** ،ط2(دار النهضة للطباعة والنشر ،بيروت)1975،ص 15.

[5] عبد الرزاق بن حبيب :**اقتصاد وتسيير المؤسسة** (ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر)2002،ص 25.

ويمكن القول بأن المؤسسة تتكون من مجموعة أشخاص يتفاعلون مع بعضهم البعض بالاعتماد على نظام لتقسيم العمل وهيكلة للسلطة ،وذلك لتنظيم الوسائل البشرية والمادية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف محددة وفي إطار ظروف معينة يقتضيها المحيط الذي تعيش فيه المؤسسة .

المؤسسة العمومية الإستشفائية :

يقصد بالمؤسسة العمومية الإستشفائية "كل هيئة تهدف إلى تقديم رعاية علاجية أو وقائية للأفراد الذين يقيمون في بيئة جغرافية معينة أو في قطاع مهني أو خدمات عامة للجميع بدون استثناء .[1]

وفي تعريف أخر فإن : "المؤسسة الإستشفائية تتكون من مجموعة من الأقسام المتخصصة لكل قسم رئيسه بأعضائه وميزانيته ،تشرف عليه المؤسسة ويتبع إدارتها وكل قسم من هذه الأقسام له جهوده وخدماته التي تناسب تخصصاته ،وهدفها الأساسي هو مساعدة المرضى على الحصول على الخدمات العلاجية بصورة تناسب حالاتهم المرضية و الاستفادة منها بأكبر استفادة ممكنة .[2]

التعريف الإجرائي :

" هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتتكون من هياكل للتشخيص والعلاج و الإستشفاء وإعادة التأهيل الطبي وتغطي سكان بلدية واحدة أو مجموعة من البلديات المجاورة وتتمثل مهامها في التكفل بصفة متكاملة ومتسلسلة بالحاجات الصحية للسكان ".

منهج الدراسة:

تعددت تعريفات العلماء لكلمة المنهج ، لكن أصل الكلمة تعني" الطريقة المتّبعة في دراسة وتحليل موضوع معين ،وهو مجموع الخطوات المتبعة في تفسير وتحليل ظاهرة ما " .[3]

وبما أن المنهج هو الطريق الذي يتّبعه الباحث في الدراسة فقد اعتمدنا في دراستنا على منهج "**دراسة حالة** "بالإضافة إلى اعتمادنا على بعض المناهج المساعدة كالمنهج التاريخي والمنهج المسحي .

المنهج الرئيسي : منهج دراسة حالة

منهج دراسة حالة يشير إلى البحث المتعمق للحالات الفردية في إطار المحيط الذي تتفاعل فيه ،وهو منهج يهدف إلى التعرف على وضعية واحدة معينة بطريقة تفصيلية دقيقة ذلك أن الحالة التي يتعذر علينا أن نفهمها أو يصعب علينا إصدار حكم عليها نظرا لوضعيتها الفريدة من نوعها يمكننا أن نرّكز عليها

---

[1] عبد الحي محمود حسن :**الصحة العامة بين البعدين الاجتماعي والثقافي** ،(دار المعرفة الجامعية ،القاهرة)2003،ص 16.

[2] محمود سلامة ،محمد غباري :**أدوار الأخصائي الإجتماعي في المجال الطبي** ،(المكتب الجامعي ،الاسكندرية)2003،ص 34.

[3] عامر مصباح :**منهجية إعداد البحوث العلمية** ،ط1،(المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية ،الجزائر)2006،ص 24.

بمفردها ونجمع جميع المعلومات المتعلقة بها ونقوم بتحليلها والتعرف على جوهر موضوعها ثم نتوصل إلى نتيجة واضحة بشأنها .[1]

وقد تم اختيارنا لمنهج دراسة حالة للأسباب التالية :

- لأنه الانسب والملائم لدراستنا وتم توظيفه لأن طبيعة بحثنا تتطلب منا الإلمام بجميع جوانب الموضوع والإجابة على إشكالية البحث حتى نتمكن من الوصول لتحقيق هدف الدراسة .
- للبحث في العوامل والعلاقات المختلفة التي تساهم في وحدة المؤسسة وفهم المواقف المتفاعلة فيها وبما أن المؤسسة العمومية الإستشفائية بالمدية هي مؤسسة خدماتية فإنه يجب التركيز على جميع التفاصيل والمعلومات الخاصة بها .

- **المناهج المساعدة :**

♦ **المنهج التاريخي :**

يقوم هذا المنهج على تتبع ظاهرة تاريخية تمت في الماضي ولها صفة الاستمرار من خلال أحداث أثبتها المؤرخون أو ذكرها أفراد ، أو تناقلتها روايات أو أثار ، على أن يخضع الباحث ما تحصل عليه من بيانات أو أدلة تاريخية للتحليل النقدي والتعرف على أصالتها وهدفها .[2]

استخدمنا أيضا المنهج التاريخي كمنهج مساعد لأنه يدرس الظواهر التاريخية بعد وقوعها ويستفيد من الماضي في فهم وتفسير الحاضر ،وهذا المنهج ساعدنا في الإطار النظري حيث قمنا بتوظيفه في نشأة العلاقات العامة وفي الإطار التطبيقي في نشأة المؤسسة الإستشفائية محمد بوضياف بولاية المدية .

♦ ***منهج المسح :***

استخدمنا منهج المسح في بحثنا كمنهج مساعد لأنه يقوم بشكل أساسي على جمع المعلومات بطريقة منظمة حول ظاهرة راهنة تنتمي إلى الحاضر لفهمها ثم تحليلها للخروج بنتائج للدراسة من خلال استخدام أدوات البحث المناسبة كالاستبيان والمقابلة وهذا ما ساعدنا في الحصول على معلومات حول مستشفى محمد بوضياف بالمدية .

ويعرف المنهج المسحي بأنه : "يهدف الى اللّجوء إلى التعرف على الظّاهرة المدروسة في وضعها الحاضر الطبيعي من خلال اللّجوء إلى جمع البيانات والمعلومات عن طريق الملاحظة أو الاستبيان أو المقابلة وغيرها من الأدوات البحثية .[3]

---

[1] عمار بوحوش ،محمد محمود ذنيبات: **مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث** (ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر)1995،ص 11.

[2] ابراهيم محمد تركي :**دراسات في مناهج البحث العلمي** ،ط1،(دار الوفاء ،الإسكندرية)2006،ص 155.

[3] محمد عبيدات ،محمد أبو نصار عقله :منهجية البحث العلمي ،ط2(دار وائل للطباعة والنشر ،الأردن)1999،ص 41.

أدوات جمع البيانات:

هناك أدوات كثيرة لجمع المعلومات في البحث الاجتماعي، يمكن التمييز بينها على أساس ما تعتمد عليه كل منها في عملية جمع البيانات، والأداة هي" الوسيلة التي تتم بواسطتها جمع المعلومات حول الظاهرة المدروسة.[1]

فنجد الملاحظة التي تعتمد على الحواس وغيرها من امتدادات للحواس، وهناك المقابلة الشّخصية التي تعتمد على الكلمة والسؤال والحوار شرط أن لا يتبادل الباحث أطراف الحديث مع المبحوث وبدون وجود أدنى تفاعل بينهما [2].

تتكامل كل هذه الأدوات لأداء دورها في البحث وفق منهج محدد ، وذلك من خلال الإجراءات المنهجية التي يتعبها الباحث بدءا باستطلاع ميدان الدراسة والتعرف عليه وتحديد مجالاته، وقد كان استخدامنا لهذه الأدوات كالتالي:

الاستمارة :« Questionnaire »

أو الاستبيان ويقصد به" تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة، لتقدّم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة ".[3]

ومن خلال تربصنا والزّيارات المتعددة التي قمنا بها إلى المؤسسة – مجال الدراسة –وملاحظة بعض السّمات التي تميز مجتمع البحث، والعلاقات السّائدة داخل المؤسسة ومن خلال الحديث مع بعض المسئولين والموظفين في لقاءات متعددة، توصلنا إلى بناء استمارة البحث.

وقد تضمنت أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة وأخرى شبه مغلقة، وقد تم تقسيم هذه الاستمارة إلى خمسة محاور رئيسية وكانت كالتالي:

المحور الأول: وتضمن البيّانات الشخصية لمجتمع البحث، حيث تعرفنا من خلاله على الجنس،السن، المهنة، والمستوى التعليمي الذي ميّز أفراد العينة.

المحور الثاني: والذي تضمن أسئلة حول واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف –مجال الدراسة–

---

[1] علي عبد الرزاق جلبي :**تصميم البحث الاجتماعي**،(دار المعرفة الجامعية ،الاسكندرية)1995،ص251.

[2] فخر الدين خيري خمس :**علم اجتماع الموضوع والمنهج مع التركيز على المجتمع الغربي**،ط1(دارمجدلاوي للنشر ،عمان)1999 ص 284.

[3] أحمد بن مرسلي :**مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال** ،ط3(ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر)،2007 ص 215.

المحور الثالث :تضمن أسئلة حول مهام ووظائف العلاقات العامة بالمؤسسة الاستشفائية.

المحور الرابع :تضمن أسئلة حول رأي الموظفين من القائم بالاتصال في المستشفى.

المحور الخامس : أسئلة حول العراقيل والمشاكل التي تواجه إدارة العلاقات العامة:

وقبل تطبيق الاستمارة في صورتها النهائية، قمت بالاستشارة والتجريب، حيث تم عرضها على أساتذة بالجامعة وبعد ذلك تم اختبارها على وحدات من مجتمع البحث بغرض معرفة مدى ملائمة الأسئلة ومدى وضوحها، بعد هذا صغت الأسئلة النهائية.

المقابلة : "Interview" :

تعرّف المقابلة بأنّها:"هي اللّقاء المباشر الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد أو أكثر من ذلك في شكل مناقشة حول موضوع معين قصد الحصول على حقائق معينة أو أراء أو مواقف محددة " .[1]

واعتمدنا في دراستنا على المقابلات المفتوحة قبل بدء الاستمارة حيث سمحت لنا بربط علاقات ثقة مع العمال ومختلف المشرفين ، سواء من خلال المقابلات المستخدمة مع المسئولين، أو من خلال الأحاديث التي جمعتنا مع بعض الموظفين في المستشفى من خلال لقاءات هامشية خارج أوقات العمل، وقد دار الحوار معهم حول عدة نقاط تتعلق بطبيعة العمل وما يتمخض عنه من تفاعلات والتزامات وآراء حول ظروف العمل والعلاقات السّائدة في المستشفى.

كما اعتمدنا على المقابلة عند تطبيق الاستمارة ، وذلك مع أغلبية أفراد العينة، حيث اتضح لنا عند تجريب الاستمارة بأن معظم أفراد العينة أخفقوا في فهم الأسئلة ، كما وجدت صعوبة لدى الأغلبية في الإجابة ، لذلك فقد اعتمدنا المقابلة مع الأفراد الذين تعذّر عليهم فهم الأسئلة ، ووجّهنا الأسئلة إليهم وسجّلنا إجاباتهم .

كما قمنا بإجراء مقابلة مع السيد :يوسف زواوشة المكلّف بالإتصال في مستشفى محمد بوضياف .

الملاحظة « Observation »

عرف الإنسان الملاحظة واستخدمها في استقصاء المعلومات من بيئته ومجتمعه منذ أقدم العصور . ومازال يستخدمها حتى الآن في حياته ومعاملاته مع الغير، وقد تمكن الباحثون من تطوير هذه الأداة واستخدامها في جميع البيانات التي يتعذر الحصول عليها عن طريق الاستبيان أو المقابلة فوضعوا لها بعض القواعد العلمية التي تجعلها تحقق أهداف البحث[2].

---

[1] سمير محمد حسين :**بحوث الاعلام** ،(دار عالم الكتب ،القاهرة)2006،ص 172.

[2] علي عجوة :**العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق** ،(عالم الكتب ،القاهرة)2001،ص 70.

ويقصد بالملاحظة :"المشاهدة لظاهرة من الظواهر والاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها "[1].

وقد استخدمنا الملاحظة بالمشاركة في بحثنا هذا من خلال تربصنا ومن خلال الزيارات المتعددة التي قمنا بها إلى ميدان الدراسة، حيث تمكّنا من ملاحظة بعض الخصائص والسِّمات التي تميِّز مجتمع البحث بصفة عامة وأفراد العينة بصفة خاصة، إضافة إلى ملاحظة العلاقات السّائدة داخل المستشفى من خلال التعاملات اليومية بين أفراد مجتمع البحث.

مجتمع البحث :

مما لا شك فيه أن لكل بحث مجتمع تدور حوله الدراسة، وعادة ما يواجه الباحثون مشكلة الأعداد الكبيرة لمجتمع البحث محل الدراسة، وهو ما يصعب دراسته وذلك لما يترتب عليه من مصاريف مالية باهظة، ووقت طويل وجهد بشري كبير، إضافة إلى الصعوبات التي تواجه الباحث أثناء جمع البيانات من جميع أفراد المجتمع وهذا ما يجعل الباحث يتجه إلى دراسة عدد صغير من الناس يمثلون المجتمع الكلي أفضل تمثيل وهذا العدد الصغير من الناس يطلق عليه عينة الدراسة.

ويقصد بمجتمع البحث :"مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي ".[2]

"وقد تمثل مجتمع البحث في الموظفين داخل مستشفى محمد بوضياف بالمدية موظفا موزعين على مصالح وأقسام المستشفى .

عينة البحث :

تعرف العينة على أنها : "مجموعة صغيرة من مجتمع البحث والتي يمكن من خلال دراستها إلقاء الضوء على المجتمع البحثي الذي تم اختيارها منه ".[3]

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية أو العمدية وهي عينة غير احتمالية .

وتعرف العينة القصدية بأنها :"العينة التي يختارها الباحث عن قصد بسبب وجود دلائل على أنها تمثل المجتمع الاصلي "[4] .

---

[1] فاطمة عوض صابر ،ميرفت خفاجة : **أسس ومبادئ البحث العلمي**،ط1(مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية)2002،ص96.

[2] موريس أنجرس :**منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية** :تدريبات عملية ،ترجمة بوزيد صحراوي ،كمال بوشرف ،سعيد سبعون ط2(دار القصبة للنشر ،الجزائر)2013،ص 298.

[3] عامر مصباح ،مرجع سبق ذكره ،ص 211.

[4] نفس المرجع ،ص 221.

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية أو العمدية وهي عينة غير احتمالية التي تتمثل في 60 مبحوث من بين عدد العمال في المؤسسة الصحية بالمدية والبالغ عددهم 1034 موظف من بين مختلف المستويات الوظيفية الثلاث بالنسبة للطاقم الطبي والطاقم الإداري والمستخدمين.حيث تم استرجاع 53 استمارة.

إنّ حجم العينة البالغ عددها 53 هي عينة كافية لتعميم النتائج على مجتمع البحث .

الإطار الزمني :

ويقصد بها المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة الميدانية من الدراسة الاستطلاعية إلى نهاية البحث. لقد بدأت الدراسة الميدانية في" مستشفى محمد بوضياف بالمدية " في شهر فيفري إلى غاية شهر ماي 2015 .

الإطار المكاني :

يتمثل في مقر المؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد بوضياف " بالمدية بوسط المدينة .

تحديد نوع الدراسة :

تنتمي دراستنا إلى الدراسة المسحية لأننا ندرس ظاهرة راهنة تنتمي إلى الحاضر وهي العلاقات العامة بالمؤسسة العمومية الإستشفائية حيث أنها تتطلب جمع المعلومات والبيانات المطلوبة لفهمها من خلال استخدام أداة البحث المناسبة حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الظاهرة المدروسة وجمع المعلومات المفصلة عنها بقصد استعمال المعلومات والبيانات المذكورة لدعم الممارسات الراهنة ،لوضع خطط لتحسين الظروف والنشاطات الاجتماعية أو الإقتصادية أو التربوية .

وتعرف الدراسة المسحية أنّها "عبارة عن محاولة منظمة لتحليل وتدوين وتسجيل الوضع الراهن للنظام الاجتماعي أو لجماعة أو منظمة ". [1]

[1] حميد جاعد محسن الدليمي ،اللافي ادريس عبد القادر :**أساسيات البحث العلمي في الدراسات الاعلامية** ،ط1،(دار الكتب الوطنية ،ليبيا)2008،ص 90.

الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى : " العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية "

هي مذكرة لنيل شهادة الماجستير بعنوان "العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية " وهي دراسة ميدانية بمؤسسة صناعة الكوابل ببسكرة ،من إعداد الباحثة مسعودي كلثوم للسنة الجامعية 2007/2006.

إنّ تزويد الجمهور بالمعلومات لا يقف عند كيفية استعمالها فقط بل يصل إلى حد تثقيفه ،وهذا يعني أنه يجب أن تكون لديه القدرة على المقارنة بين سلعة وأخرى وذلك من حيث الجودة والنوعية وكذا كيفية إشباع حاجاته ،إذا وصل الجمهور إلى هذا الحد زادت ثقته بالسلعة وبالمؤسسة ،ولذلك جاءت هذه الدراسة التي مسارها العام من خلال التساؤل التالي :

ما هو واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي أربعة تساؤلات فرعية وتتمثل في ما يلي :

- ما مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصناعية ؟
- هل هناك متخصصين في العلاقات العامة ؟
- ما هي الوسائل الاتصالية الأكثر استعمالا في إدارة العلاقات العامة؟
- ما هي المشاكل التي تحد من فعالية إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ؟

واستخدمت الأدوات التالية :

الاستمارة

المقابلة

الملاحظة

وقد توصلت للنتائج التالية :

إن وظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين عمال المؤسسة دون استثناء والتي تتمثل أساسا في مختلف الأنشطة الخاصة بالاتصال .

لا وجود لمتخصصين في ممارسة وأداء وظائف العلاقات العامة .

استخدام الوسائل الاتصالية بتفاوت في المؤسسة حيث تستخدم بكثرة الاجتماعات تليها في المرتبة الثانية لوحة الاعلانات لتأتي بعد ذلك الدعوات في المرتبة الثالثة .[1]

[1] كلثوم مسعودي :**العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية** (رسالة ماجستير منشورة) جامعة محمد خيضر ،بسكرة،2006.

الدراسة الثانية :العلاقات العامة في المؤسسات السياحية

هي مذكرة لنيل شهادة الماجستير بعنوان "العلاقات العامة في المؤسسات السياحية " دراسة حالة لوزارة السياحة من إعداد الاستاذ :كرمية ابراهيم للسنة الجامعية 2005/2004.

إنّ الاهتمام المتزايد بالسياحة أدى الى بروز منافسة حادة بين المؤسسات التي لم تعد تكتفي بنوعية ونجاعة عرضها السياحي لإرضاء الطلب العالمي بل راحت تسطر لها برامج اتصالية وترقوية وترويجية واسعة المجال حيث يتم إيصال المعلومة إلى المستهلك في الوقت المناسب ،وبالطريقة التي تمكن من إغرائه ،وهنا يبرز دور العلاقات العامة هذه الاخير التي عالجتها الدراسة من خلال الاشكالية التالية :

ما مكانة العلاقات العامة في المؤسسات السياحية الجزائرية ؟وما مدى مساهمتها في صناعة الثقة مع الجماهير ؟

وتندرج تحت هذه الاشكالية التساؤلات التالية :

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة السياحية ؟
- ما هي مهام ووظائف العلاقات العامة في المؤسسة السياحية ؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في إدارة الازمات بالمؤسسة السياحية ؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي بالمؤسسة السياحية ؟
- ما مكانة العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسة السياحية ؟

وقد استخدم أدوات البحث

المقابلة

الملاحظة

وقد توصل الى النتائج التالية:

العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية لا تلق الاهتمام الكافي لجعلها إدارة فعالة .

قلة الكادر البشري في إدارة العلاقات العامة بوزارة السياحة الجزائرية .

الميزانية المخصصة لإدارة العلاقات العامة غير محددة وغير كافية لممارسة أنشطة العلاقات العامة

دور العلاقات العامة في إدارة الازمات محدود جدا .

عدم استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة السياحية .[1]

[1] ابراهيم كرمية :**العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية** ،(رسالة ماجستير منشورة)جامعة الجزائر ،2005/2004.

الدراسة الثالثة: " واقع العلاقات العامة في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة"

هي أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة بعنوان "واقع العلاقات العامة في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة من إعداد حماش حسين للسنة الجامعية 2006/2005.

إنّ للعلاقات العامة دورا رائدا في مساعدة المؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة ومد يد العون لها ،قصد تحقيق برامجها وخططها والتغلب على صعابها ومعوقاتها ومنه نتساءل عن الاهمية التي توليها المؤسسات والهيئات الشبابية للعلاقات العامة خاصة إزاء جمهورها الداخلي والخارجي على حد سواء ،خصوصا إذا علمنا كما هو مذكور سلفا ،أن عنصر الشباب يمثل الفئة الاساسية من الجمهور إلي تتعامل معه ،فإذا كان نجاح المؤسسات الشبابية يتوقف على مدى نجاعة عمليات التسيير فيها ،فإن فعالية هذه العمليات يبقى رهينة تطبيق العلاقات العامة تطبيقا صحيحا سليما ،وفي ظروف زمنية مناسبة سيكولوجيا وسوسيولوجيا وعليه يمكن تقديم التساؤل التالي :

هل يمكن القول بأن ميدان العلاقات العامة مطبق تطبيقا تاما في المؤسسات والهيئات الشبابية ؟

وقد توصل إلى النتائج التالية :

وجود تفاوت في انشطة العلاقات العامة في مختلف مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة والموجهة .

إن الكثير من أنشطة العلاقات العامة المنجزة من طرف مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة والموجهة لفائدة الجماهير العريضة من الشباب إنما هي محل تركيز واهتمام العلاقات العامة .

يمكن اعتبار العلاقات العامة مطبق تطبيقا فعليا في النشاطات الاتصالية الخاصة . [1]

[1] حماش حسين :**واقع العلاقات العامة في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة** ،(أطروحة دكتوراه منشورة)جامعة الجزائر ،2006/2005.

صعوبات الدراسة :

ككل بحث علمي فان بحثنا عرف مجموعة من الصعوبات أثناء انجازه وتتمثل هذه الصعوبات في:

- تواجد المؤسسة المدروسة بعيدة عن مقر الجامعة.
- صعوبة التواصل مع الموظفين فيشكل عامل اللغة عائق في الحصول على المعلومات إذ يصعب على الموظفين فـهم المصطلحات و هذا راجع لطبيعة تكوين‌هم بالفرنسية.
- أكبر عائق واجهناه في بحثنا هو عامل الوقت فنظرا لمرور الوقت بسرعة وتراكم الأعمال من جهة أخرى تسبب هذا العائق في بطء سير البحث لحصول على معلومات.
- صعوبة الحصول على بعض المعلومات والبيانات من موظفي المؤسسة.

الإطار النظري

الفصل الأول

الاتصال والاتصال المؤسساتي

المبحث الأول :ماهية الاتصال

المطلب الأول :تعريف الاتصال وأهميته.

المطلب الثاني: وظائف أهداف الاتصال .

المطلب الثالث :خصائص ووسائل الاتصال .

المبحث الثاني :الاتصال المؤسساتي

المطلب الأول :تعريف الاتصال المؤسساتي.

المطلب الثاني :أنواع الاتصال المؤسساتي.

المطلب الثالث :الشروط الواجب توافرها في الاتصال المؤسساتي الجيد.

تمهيد:

لقد أصبح موضوع الاتصال من الأمور اليومية باعتباره صلة المجتمع بعضه ببعض وحلقة الوصل الأساسية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات،وبالرغم من أن عملية الاتصال قد تبدو لنا اعتيادية وتلقائية دون النظر إلى دلالتها و أهميتها الاجتماعية.

إنّ هذه التلقائية تخفي وراءها أبعادا لعملية اجتماعية معقدة فهي لا تقتصر على من يقول لمن؟ وإنما هناك أبعاد أخرى تتعلق بالمستوى الاتصالي والأسلوب والأداء الاتصالي وكذلك الوظائف التي يحققها الاتصال.

بمعنى أخر ليس من الممكن تصور وجود مجتمع ما وفعالية اجتماعية دون علاقات اتصالية فلا يمكن دون الاتصال أن تتكون أو تنموا المعايير والقيم و العلاقات التي تكون مجتمعة في عناصر أساسية وحيوية في وجود ونمو أي مجتمع.

كما سوف نتطرق في طيات هذا الفصل على الاتصال والاتصال المؤسساتي من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول :ماهية الاتصال .

المبحث الثاني : الاتصال المؤسساتي .

المبحث الأول :ماهية الإتصال

المطلب الأول :تعريف الإتصال وأهميته

1. تعريف الاتصال :

- **التعريف اللغوي:**

كلمة اتصال مشتقة لغويا من كلمة تواصل والتواصل في اللغة من الوصل ،وهو يعني ربط شيء واحد بشيء أخر . ويعني أيضا ان الشخص قد ربط ما عنده بما عند الاخر. وعلى ذلك فالتواصل حتى يتم لابد من أن يكون لدى فردين شيء واحد من الفكر و الإحساس . وأن تكون هناك لغة مشتركة بينهما.[1]

تشتق كلمة اتصال من الأصل اللاتيني " **communis** " وتعني مشترك وفي الأصل الإنجليزي تعني كلمة " **comminon** " أي شائعا و مألوفا ومن خلال المفردات السابقة نستطيع أن نلم بمعنى كلمة اتصال على أنها تعني عملية نقل وتبادل المعلومات وجعل معانيها معروفة بين الناس لتحقيق غرض ما أو أثر ما. [2]

- **التعريف الاصطلاحي:**

لا يوجد تعريف موحد للاتصال، فهناك عدد لا حصر له من التعريفات سنحاول التعرف على أهمها: يعرف الاتصال بأنه " عملية منظمة ونظمية ، وعفوية أيضا تنطوي على إرسال وتحويل معلومات وبيانات من جهة ومن جهة أخرى ، شريطة أن تكون البيانات والمعلومات المحولة مفهومة ومستساغة من قبل المستهدفين بها ،كما يعد الاتصال أحد ركائز التوجيه ،حيث تنطوي على تدفق المعلومات والتعليمات والتوجيهات والأوامر والقرارات من فرد أو مجموعة إلى أفراد أو مجاميع بغرض الإبلاغ ،أو التأثير أو إحداث التأثير أو إحداث التغيير باتجاه بلوغ أهداف محددة مسبقا .[3]

يرى"**تشارلز كولي**"أن الاتصال يعني: ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجه العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور بواسطة وسائل تنشر هذه الرموز عبر المكان و استمرارها عبر الزمن .

---

[1] محمود حسن إسماعيل :**مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير** ،ط1 (الدار العالمية للنشر والتوزيع ،الهرم)2003 ، ص 28.

[2] نفس المرجع ، ص 30 .

[3] بشير العلاق :**الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة** ،(دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ،الأردن)،2009 ،ص 17.

ويعرفه **كارل هوفلاند** بأنه "عملية يقوم بمقتضاها المرسل لإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغييره .

ويمكن القول أن "الاتصال كمصطلح أساسي يقصد به العملية الرئيسية التي يمكن أن ينطوي فيها كافة أوجه النشاط الاعلامي والدعائي و التوعوي، بالإضافة إلى أنشطة العلاقات العامة والمعلومات ،بهدف تبادل المعلومات والأفكار والآراء والمعتقدات والمشاعر والاتجاهات بين طرفي عملية الاتصال من خلال عملية ديناميكية متواصلة ودون نهاية ،وباستخدام رموز ذات معنى محدد وأساليب محددة للتأثير ووسائل إعلامية معينة وعبر نسق اجتماعي معين ووسائل لتحقيق الأهداف الأساسية المقصودة من عملية الاتصال.[1]

2. أهمية الاتصال:

ترجع أهمية الاتصال إلى أن المقدرة على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات تزيد من فرص الفرد في البقاء والنجاح والتحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا وسيكولوجيا خطيرا .

ويمكن النظر إلى أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل ومن وجهة نظر المستقبل فمن وجهة نظر المرسل تتمثل أهمية الاتصال فيما يلي:

- **الإعلام** :أي نقل المعلومات والأفكار إلى المستقبل أو جمهور المستقبلين و إعلامهم عما يدور حولهم من أحداث.
- **التعليم** :أي تدريب وتطوير أفراد المجتمع عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظيفة معينة وتطوير إمكانياتهم العملية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية .
- **الترفيه** :وذلك بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم .
- **الإقناع** :أي إحداث تحولات في وجهات نظر الآخرين.

أما المستقبل فإنه ينظر إلى أهمية الاتصال من الجوانب التالية:

- فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث .
- تعلم مهارات وخبرات جديدة .
- الراحة والمتعة والتسلية .
- الحصول على المعلومات الجديدة التي تساعده في اتخاذ القرار والتصرف بشكل مقبول اجتماعيا .

[1] ناصر دادي عدون : **الإتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الإقتصادية :دراسة نظرية وتطبيقية** (دار المحمدية العامة ،الجزائر) 2004، ص ص 20-21.

وحول أهمية الاتصال في الإدارة يقول الفاعوري : "تعتبر الاتصالات بشكل عام بمختلف صورها الرسمية وغير الرسمية على درجة عالية من الأهمية في المؤسسة أو المنظمة وقد أشارت الدراسات والأبحاث إلى أن الاتصالات تمثل ما يقرب **% 75** من نشاط المؤسسات ،ولذلك فهي تعد بمثابة الدم الدافق عبر الشرايين الحياتية للمؤسسة وبدونها تموت أو تضمر الحركة الدائمة للمؤسسة وجميع أنشطتها ".[1]

ويمكن إيجاز أهمية الاتصال الإداري(الداخلي) فيما يلي:

- يتوقف على مهارة اتصال الأخصائي في ممارسته لدوره المهني سواء داخل المؤسسة أو خارجها.
- يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب أفراد المجتمع في مشاريع التنمية وكذلك زيادة انتمائهم لمجتمعهم وذلك لأن المعلومات التي سوف يحصلون عليها من خلال عملية الاتصال تتسم بالصدق والصراحة والوضوح والشمول.
- يكتسب أفراد المجتمع من خلال هذه المهارة معلومات جديدة كما تزيد من فرص التفاعل الاجتماعي فيما بينهم خاصة في الإدارة .
- إنها أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.
- إنها أداة فعالة لمواجهة أي شائعات أو معوقات تواجه المؤسسة سواء بين أفرادها أو كانت إشاعات أو معوقات تتصل بالمجتمع المحلي المحيط بها؛
- إنها وسيلة أساسية في تحسين الأداء والتبادل الفكري بين الرؤساء والمرؤوسين وبين الإدارات المختلفة بالمؤسسة والمؤسسات الأخرى ذات العلاقة بها.
- مهارة الاتصال مهارة إنسانية فيها احترام الإنسان وقيمه وتفكيره ومشاعره ومن خلالها يتم تلبية احتياجاتهم الأساسية .
- تدعيم المركز التنافسي للمنشأة .
- تحريك روح الجماعة نحو الهدف وبث روح المودة والثقة بينهم.
- التأثير في مناخ المنظمة لارتباطه بقضايا الروح المعنوية والحوافز والعلاقات العامة[2].

---

[1] ربحي مصطفى عليان ،محمود عدنان طوباسي :**الاتصال والعلاقات العامة** ،ط1(دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان)2005، ص 36 .

[2] عزيز رابح سيدهم ،فريحة دماد :**الاتصال الداخلي في المؤسسات السياحية** ،مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة المدية ،2013 -2014،ص 17.

المطلب الثاني : وظائف وأهداف الإتصال

1. وظائف الإتصال :

يمكن القول أن للاتصال أبعاد اجتماعية وثقافية و تعليمية وتنموية عديدة ومن هذه الأبعاد تنبثق وظائف الاتصال التي يمكن حصرها في النقاط التالية:

- **الوظائف التعليمية والمعرفية:**

تتمثل في نقل المعلومات والخبرات والأفكار إلى الاخرين بهدف تنويرهم ورفع مستوياتهم العلمية والمعرفية والفكرية. وتكييف مواقفهم إزاء الأحداث والظروف الاجتماعية. وتحقيق تجاوبهم مع الاتجاهات الجديدة وإكسابهم المهارات المطلوبة التي تساعدهم في حياتهم الشخصية والوظيفية.

- **الوظائف الإقناعية:**

وهذه الوظيفة للاتصال تساعد النظام الاجتماعي والسياسي في تحقيق الاتفاق أو الاجماع بين أفراد المجتمع وفئاته المختلفة عن طريق الإقناع وضمان قيام كل فرد بالدور المطلوب منه اتجاه المجتمع و مؤسساته المختلفة . أما القصد من وظيفة الإقناع للاتصال هي إحداث التحولات أو التغييرات المطلوبة في وجهات نظر المجتمع حول حدث معين أو فكرة معينة تساعد النظام الاجتماعي أو السياسي أو تثبيت وجهات نظر وأفكار قائمة والتأكيد عليها.

- **الوظائف الترفيهية:**

حيث يلعب الاتصال دورا في الترويح عن أفراد المجتمع وتخفيف أعباء الحياة اليومية ومتاعبهم ،وذلك من خلال برامج الترفيهية التي من شأنها الترويح عن النفس وإدخال السرور إلى نفوسهم من خلال برامج فنية متعددة وجذابة تستهوي جمهور المستقبلين وتلعب وسائل الاتصال الجماهيرية دورا بارزا في هذه الوظائف.

- **الوظائف الثقافية:**

من خلال نقل التراث الثقافي من جيل لأخر. ومن فرد إلى فرد ومن مجتمع إلى مجتمع والإضافة عليه.وتكييفه مع الأهداف والتطلعات الاجتماعية الجديدة ليكون أداة فاعلة للتغيير الثقافي وكذلك المساهمة في تنشئة جيل جديد متفاعل مع ثقافات وتراث المجتمع. وتعد الوظيفة التي يقوم بها الاتصال[1]

[1] ربحي مصطفى عليان ،عدنان محمود طوباسي :مرجع سبق ذكره ،ص ص 32-33.

أحد معايير تصنيف أنواع الاتصال ومن هذه التصنيفات التصنيف القائم على التحليل اللغوي وبناء على هذا التصنيف يمكن تحديد الوظائف الأساسية التالية للاتصال .

أولا: تأكيد العلاقة بين المعاني والرموز التي قد تكن مفهومة قبل عملية الاتصال وربما يكون ذلك واضحا في اكتساب الأطفال اللغة حيث يتم ربط المعنى بالكلمة المعبر عنها وهذا ما يسمى بالمستوى الأعرابي للغة.

ثانيا: إضافة معاني جديدة لكلمات معينة وهذا ما يسمى بالمستوى الدلالي للغة. فمثلا إذا أخذنا كلمة (دكتور)فإنها تعني للكثيرين الأطباء المعالجين للمرضى بينما نفس الكلمة تعني عند مجموعة أخرى من الناس معاني جديدة مثل الحاصلين على درجة دكتورة أو ذوي التخصصات الدقيقة.

ثالثا: إحلال معاني أخرى مكان معاني سبق تعلمها. فالمعلنون مثلا عبر وسائل الاتصال الجماهيري أو الشخصي يحاولون إحلال معان جديدة محل أخرى قديمة تتعلق بالسلع التي يعلنون عنها وكذلك الحال في السياسة وغيرها.

رابعا: دعم واستقرار معاني المفردات من خلال الاستخدام المتكرر لكلمات معينة وما يتبع ذلك من استشارة معانيها في الذاكرة يؤدي إلى تقوية الروابط الاصطلاحية بين الرموز ودلالتها. ويقسم بعضهم وظائف الاتصال تبعا للموضوع كأن يكون هناك اتصال علمي أو اتصال تربوي و اتصال سياسي و اتصال فني وإخباري و إعلامي وهكذا بصورة عامة فإن الوظيفة الأساسية لأية عملية اتصال تظهر من خلال نمط الاتصال الذي تتخذه.[1]

-ويحدد أبو لنينة وظائف الاتصال فيما يلي:

1-**التخطيط:** إن الاتصال مهم للحصول علي البيانات والمعلومات ودراسة المشكلات واستنباط المؤشرات والتنبؤ و التواضع.

2-التنظيم: حيث تمثل خطوط الاتصال في الهيكل التنظيمي لكل مؤسسة شرايين الحياة التي تمدها بالدماء اللازمة وتبادل المعلومات بين عناصر التنظيم في ضوء تعدد وتباين الوظائف في المؤسسة بل وفي قطاعاتها وإداراتها المختلفة.

3 ـ **التوجيه:** أي تحريك سلوك العاملين لتحقيق الأهداف المتوقعة والمرسومة ويعني كذلك إرشادهم بصورة مستمرة إلى الكيفية التي تمكنهم من ذلك. وتعتبر مهارات التوجيه من مهارات الإدارة وتمثل إحدى مواصفات المدير المتميز.

[1] ربحي مصطفى عليان ،عدنان محمود طوباسي :مرجع سبق ذكره ص ص 34 -35 .

4 ــ **الرقابة:** تعتمد عملية متابعة و تقييم أداء العاملين على مشاهدة وملاحظة وتحليل نشاطاتهم وسلوكياتهم تهم مثل إجراء المقابلات لتقييم المرؤوسين.[1]

2. أهداف الإتصال :

يعتبر الاتصال عملية اجتماعية لا يمكن أن تعيش بدونها أية جماعة إنسانية أو منظمة اجتماعية ويعد الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية ، ولا يمكن لجماعة أو منظمة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها.

ولهذا فإن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل، وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهاته أو على مهاراته.

لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:

أ- **هدف توجيهي** :ويمكن أن يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها، ولقد وضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت أن الاتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيري.

ب - **هدف تثقيفي** : ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث.

ت - **هدف تعليمي** :حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

ث - **هدف ترفيهي** :ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل.

ج - **هدف إداري** :ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة

ح - **هدف اجتماعي** :حيث يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير ببعضهم البعض وبذلك تقوي الصلات الاجتماعية بين الأفراد.[2]

إضافة إلى ان الإتصال يهدف إلى :

[1] هشام حليلالي :**الاتصال التنظيمي في النوادي الرياضية لكرة القدم** ،مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة المدية ،2013-2014 ،ص ص 43-44.

[2] سلوى عثمان صديقي ،هناء حافظ بدوي :**العملية الاتصالية** (دار الفتح ، الاسكندرية)2008 ،ص 20 .

- تبادل المعلومات .
- تحقيق التفاهم والانسجام .
- الفوز بتعاون الاخرين .
- وضوح الافكار والموضوعات والمضمون .
- إحداث التغييرات المطلوبة في الاداء والسلوك .
- أداء الأعمال بطريقة أفضل .
- منع حدوث الازدواجية او التضارب في العمل من خلال التشاور. [1]

المطلب الثالث :خصائص ووسائل الإتصال

1. **خصائص الاتصال** :تتميز عملية الاتصال بعدة خصائص نذكر منها:

- يمكن للاتصال أن يتم بعدة طرق وليس فقط الطرق الكتابية أو اللّغوية ، حيث يمكن أن يكون إبراز أحاسيس أو معاني بواسطة سلوكيات أو إشارات معينة.
- إذا خلا الاتصال من وجود معنى، ينتقل بين المرسل والمستقبل فلا يمكن القول أن هناك اتصالا كما أن هناك ضرورة إتمام عملية الاستقبال للطرف الثاني كشرط لإتمام عملية الاتصال.
- يهدف الاتصال أيضا إلى تحقيق التكامل والتفاهم بين المتصلين وهي من بين المهام ذات الاعتبار في المجتمعات الحديثة وخاصة في المؤسسة.
- يتضمن الاتصال نقل المعلومات.
- يتضمن الاتصال الآلاف من الإشارات المحتملة.[2]
- تتميز عملية الاتصال بالديناميكية حيث أنها متغيرة ودائمة التشكيل وغير مستقرة،فنحن كأفراد نتميز بالتغيير المستمر وكذلك الآخرون بطبيعة الحال، وعليه فمن غير الممكن أن نتصور هذا الاتصال دون حركية دائمة.
- الاتصال لا يعني مجرد توجيه رسالة من جانب معين إلى طرف وهي العملية التي يمكن أن يطلق عليها البث أو النشر أو الإرسال من جانب واحد فلكي يتحقق الاتصال لابد أن يتلقى الطرف الأول ردا فوريا أو مؤجلا على رسالته وأن تستمر الردود مع استمرار توجيه الرسائل، فإذا انقطعت الردود أصبحت الرسائل بثا أحادي الاتجاه .[3]

[1] سلوى عثمان صديقي ،هناء حافظ ، مرجع سبق ذكره ،ص 20.
[2] ناصر دادي عدون ،مرجع سبق ذكره ،ص ص 15 -16.
[3] عزيز رابح سيدهم ،فريحة دماد: ،مرجع سبق ذكره.ص 15.

- ❖ الاتصال عبارة عن عملية مستمرة فهو حقيقة من حقائق الكون المستمرة بمعنى أنه ليس له بداية ولا نهاية فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا ومحيطنا.
- ❖ الاتصال عبارة عن عملية دائرية بحيث لا تسير عملية الاتصال في خط واحد من شخص لآخر فقط بل تسير فيشكل دائري حيث يشترك الناس جميعا في الاتصال.
- ❖ الاتصال عملية لا تعاد بحيث تتغير الرسالة بتغير الأزمنة والأمكنة والجمهور؛
- ❖ الاتصال عبارة عن عملية معقدة وذلك نتيجة لتبادل الأدوار والوضعيات أثناء الفعل الاتصالي
- ❖ الاتصال نشاط إنساني له معنى وهدف واضح.
- ❖ التفاعل الذي يتضمنه الاتصال ذو طبيعة متبادلة يحدث في جانبين أولهما بداخل الفرد وثانيهما ما بين الأفراد والجماعات.
- ❖ الاتصال أداة فعالة من أدوات التغيير والتطوير والتفاعل بين الأفراد والجماعات ونظرا لهذه الخصائص التي تتميز بها عملية الاتصال جعلت منها أحد ركائز المجتمع التي لا يمكن الاستغناء عنها. [1]

2. وسائل الاتصال :

لقد عرفنا الاتصال سابقا بأنه عملية تبادل الآراء أو المعلومات أو الافكار أو العواطف بين شخصين أو أكثر. لكن لابد من توافر وسائل وطرق يمكن عن طريقها نقل المعلومات أي محتوى الاتصال وهي ثلاثة:

الإتصال الكتابي :

وهو الاتصال الذي يتم عن طريق الكتابة من المرسل إلى المستقبل سواء بالنشر في الصحافة أو عن طريق طبع العديد من النشرات و الدوريات والكتيبات إضافة إلى التقارير.الاقتراحات . المذكرات وغيرها وهو أسلوب كثير الاستخدام في المنظمات الكبرى شرط أن يتسم بالبساطة والدقة والوضوح[2] ،ويعود ظهور هذه الوسيلة للاتصال إلى تاريخ اختراع الإنسان للكتابة حوالي 1000 سنة قبل الميلاد على أيدي السومريين في العراق و بالتالي ظهور المدونات كوسيلة من وسائل نقل وتلقي المعرفة الانسانية بين الأفراد والجماعات.

---

[1] رضا نبايس ، **واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية** ،(رسالة دكتوراه منشورة)جامعة قسنطينة ،2007-2008 ص 33.

[2] جميل أحمد خضر :**العلاقات العامة** . ط1، (دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة،عمان) ،1992، ص 112 .

ويوفر الاتصال الكتابي كوسيلة اتصالية العديد من الفوائد منها:

يوفر لنا إمكانية التدوين،والحماية القانونية وكذلك يمكن من تهيئة الرسائل وتوجيهها بشكل دقيق إلى جمهور القراء أو المستمعين وذلك من خلال إرسالها إلى أكبر عدد ممكن. كما أن الاتصال الكتابي يشجع على التماثل بالسياسات والإجراءات وتحليل التكاليف فيبعض الحالات.[1]

2-الإتصال الشفوي:

ويتم هذا الاتصال عن طريق الكلام أي الكلمة المنطوقة ويعتبر من أكثر وسائل الاتصال فعالية وتأثيرا لأن الاتصال بين المرسل والمتلقي يكون عادة مباشر أي وجها لوجه بمعنى أن ما يريد أن يقوله وما يريد أن يعطيه المرسل من انطباعه يتحقق في لحظات أو دقائق محدودة.

ويكثر استخدامه في المواضيع التي تحتاج إلى نقاش وشرح وتفسير إلا أن ما يعاب على هذا الأسلوب أنه قد يعرض المعلومات المراد نقلها إلى التزييف والتحريف خاصة إذا انتقلت الرسالة بين العديد من الاشخاص.

يستخدم هذا الأسلوب في المقابلات الشخصية . الزيارات ،الندوات،المؤتمرات وغيرها وبصورة عامة هناك نوعان من الاتصال الشفوي هما:

أ -**الاتصال البسيط:** الذي يتم بين شخصين أو أكثر. و وظائفه الإخبار والتكوين والترفيه .ويتم في الشارع والمقهى وغيرها في المدينة

-ب **الاتصال المركب:** وهو الذي يجمع جمهورا من الناس قصد تزويدهم بالأخبار والمعلومات كما هو الحال في الخطابة. أو ترفيههم جماعيا كحلقات والرقص والغناء التي تقام في المواسم والمناسبات.

3-الإتصال التصويري:

يتم هذا الاتصال عن طريق استخدام الصور بمختلف أنواعها وهذا بغية نقل الأفكار والمعلومات من المرسل إلى المستقبل ،ويستعمل في هذا النوع من الاتصال العديد من الوسائل أهمها:

-التلفزيون ،السينما(من خلال الأفلام)،أجهزة الفيديو،اللوحات الإعلانية،الإعلانات التي يتم نشرها في الصحف .[2]

[1] ربحي مصطفى عليان.عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره ، ص ص 97-98.

[2] جميل أحمد خضر : مرجع سبق ذكره ،ص 153 .

المبحث الثاني :الإتصال المؤسساتي

المطلب الأول : تعريف الاتصال المؤسساتي وأنواعه

1. تعريف الإتصال المؤسساتي :

عرّف " بخيت" الاتصال المؤسساتي بأنه "الاتصال المنطوق والمكتوب الذي يتم داخل المؤسسة عل المستوى الفردي والجماعي ويساهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين .[1]

أما لوساد أفاسكس "فعرف الاتصال المؤسّساتي "بأنه مجموع العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي، و التي تتم في شكل تعبير رسمي و مقصود للمؤسسات بصفتها القائمة بعمليات الاتصال و ذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي ، و تسيير و تشكيل صورة عمومية معينة تنتج عن نشر شخصية محددة .مع واقعها ، أهدافها ، أحاسيس أعضائها ، و طلبات محيطها .[2] يعتبر هذا التعريف جامعا لجميع نقاط التعريف الشامل إذ بين لنا أن الاتصال المؤسساتي عبارة عن روابط تضم كل التفاعلات التنظيمية التي تتم بشكل رسمي و مقصود الموجهة لتسهيل العمل الداخلي لتشكيل صورة حسنة للمؤسسة.

المطلب الثاني : أنواع الاتصال المؤسساتي :

ينقسم بدوره إلى اتصال داخلي و آخر خارجي و يمكن التطرق إلىهما بالترتيب:

1. الاتصال الداخلي:

أ .تعريفه

يعرفه إبراهيم عرقوب " :الاتصال الإنساني المنطوق و المكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي و الجماعي ، و يساهم في تطوير أساليب العمل و تقوية العلاقات الاجتماعية ".[3]

---

[1] منى ابراهيم بطل **:تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة :الشخصية والإدارية ونظم المعلومات** ،ط1(د. ن ،د. ب)،1999 ، ص52 .

[2] فضيل دليو :**اتصال المؤسسة** ،ط1(دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة)،2003،ص 30 .

[3] ابراهيم القمري :**السلوك الانساني والعلاقات العامة** ،(دار الجامعات المصرية ،الاسكندرية)،1976 ،ص 126 .

و يعرفه آخر " :هي البيانات و الحقائق المتبادلة بين الأفراد على اختلاف مستوياتهم داخل التنظيم مما ساعد على ظهور التعاون في العمل و تجميع وجهات النظر و المعتقدات قصد إقناع العاملين و التأثير في سلوكهم. [1]

ب . أنواعه :

و ينقسم بدوره إلى قسمين، هو اتصال رسمي و آخر غير رسمي و هما كالتالي:

ب . 1 ـ الاتصال الرسمي:

يعرفه علي سلمي بأنه " الاتصال الذي يتم بين الأفراد داخل التنظيم حسب ما تقره اللوائح التنظيمية أن كل اتصال ينطلق من الجهات التنظيمية ، و يعتبر الاتصال رسميا لأنه يحدد بمراكز تنظيمية محددة، و يتم من خلال انتقال الرسائل طبقا لتسلسل السلطة على المؤسسة ".[2]

–و تأخذ الاتصالات الرسمية، أربع اتجاهات أساسية:

- **الاتصال النازل** :يعد أكثر أنواع الاتصال شيوعا في تنظيمات العمل ،وهذا الذي يركز عليه إنجاز الأهداف الرسمية إذ عن طريقه يتم نقل القرارات والتوجيهات الخاصة بسياسة التنظيم .[3] ويتم هذا النوع من الاتصالات بين الادارة العليا والسفلى ،وبين الادارة الوسطى والإدارة العليا عبر السلم الاداري في شكل قرارات وأوامر وخطط وتعليمات .[4]
- **الاتصال الصاعد** : يتجلى هذا النوع في المعلومات التي تبنى عليها القرارات والأوامر الصادرة من المستوى الأعلى ،وكلّما شجعت الاتصالات الصاعدة كلّما كانت القيادة الإدارية في المستويات العليا أكثر قدرة على النهوض بمهامها،إذ تتكون لديها رؤية أكثر وضوحا عن السير الفعلي للإدارة ،والخطوات الواجب اتخاذها لتحسين سيرها وسير العمل في المؤسسة وتحقق بذلك ما يسمى بالديمقراطية الإدارية للتنظيم .[5]
- **الاتصال الأفقي**: يشير إلى عمليات إرسال واستقبال العمليات بين نفس الوحدات في التسلسل التنظيمي وبين أشخاص يشتغلون في مراكز رئاسة أو مهنية مماثلة وهذا الاتصال هو الذي يحقق

---

[1] غريب عبد السميع :**الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر** ،(مؤسسة شباب الجامعة ،الاسكندرية) ،1966 ،ص 18.

[2] علي سلمي ،**تطور الفكر التنظيمي** ،(د ن، الكويت) 1975 ، ص 237 .

[3] ابراهيم القمري ، ،مرجع سبق ذكره ،ص 126.

[4] كيت ديفيز :**السلوك الانساني في العمل** ،ترجمة سيد عبد الحميد مرسي (دار النهضة ،القاهرة)،1974 ،ص 561 .

[5] محمود الشركحلي :**إدارة المشاريع الصناعية** ،(دار الكتاب ،بيروت)،د. س ، ص 386.

التنسيق بين الوحدات المختلفة التي يتولى كل منها إنجاز بعض المهام والتخصص والتكوين الإداري للتنظيم ،وكثيرا ما يعتمد الأفراد فيه على المقابلات والأحاديث الشفوية المباشرة عن طريق الهاتف .

- **الاتصال الدائري:** ويتم هذا النوع من الاتصال بين جماعة من العمال أو جماعة من المرؤوسين في شكل دائري يبدأ من النقطة "أ" ويعود الى نفس النقطة .[1]

ب ـ 2ـ الاتصال غير الرسمي:

و هي تلك الشبكة الاتصالية التي توجد بين العاملين، و تتضمن معلومات وفيرة عن الأفراد و الزملاء، و أعضاء وجماعات العمل، تتصل بظروفهم و مشكلاتهم و دوافعهم و اتجاهاتهم و طموحاتهم ، وإنجازاتهم و تتم بأسلوب غير رسمي، خارج قنوات الاتصال الرسمية و تنبع من الحاجات النفسية و الاجتماعية للأفراد، و يتصف هذا النمط من الاتصال بعدم الثبات أو الاستقرار لارتباطه بالميول، و الاتجاهات القابلة للتغير السريع و المستمر فهي غير مفيدة بالمسارات الرسمية، المحددة لقنوات الاتصال الرسمى.[2]

2. الاتصال الخارجي

أ .تعريفه :

يعرف الاتصال الخارجي بأنه " حلقة وصل بين المؤسسة و المجتمع المحيط بها ففي كل مجتمع لا بد وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة، لتحقيق غايات و وظائف معينة لها صلات مع أفراد ذلك المجتمع، و لا تتمكن هذه المؤسسات من القيام بأعمالها ما لم .تكن هناك ثقة متبادلة بينها و بين جماهيرها .[3] يتضح من خلال هذا التعريف أن الاتصال الخارجي يقوم على أساس الثقة المتبادلة بين المؤسسة و الجمهور.

ب . أنواعه:

يقسم أغلب الدارسين الاتصال الخارجي إلى ثلاثة أنواع و هي:

1*اتصال عملياتي خارجي:

هي مجموعة كبيرة من أعضاء المؤسسة تتواجد في اتصال مباشر مع محيطها الخارجي، في إطار نشاطاتهم المهنية اليومية، منهم من يقوم بالاتصال باعتباره ممثلا للمؤسسة مع شركاء خارجيين من زبائن، موردين، مساهمين ، سلطات عمومية و احتمالا مع المنافسين، و على هذا الأساس فكل منهم

[1] ابراهيم عبد العزيز شيحا :**الإدارة العامة** ،(دار الشباب للجامعة المصرية ،الاسكندرية)،1974 ،ص 247 .

[2] هالة منصور :**الاتصال الفعال**،(المكتبة الجامعية ،الاسكندرية) ،2000 ، ص 55 .

[3] مصطفى حجازي : **الاتصال الفعال والعلاقات الانسانية والإدارية** ،(دار الطليعة ،بيروت)،1992،ص52.

يمرر صورة المؤسسة، و رسائل باسمها يتلقى بالمقابل ردودا معلومات بدمجها داخل المؤسسة هذه التبادلات تعد ضرورية للنشاط قصير المدى للمؤسسة، و بدونها لا يمكن التواجد في محيطها .[1]

ب 2 .اتصال خارجي استراتيجي:

في هذا النوع هناك مظهران للاتصال الخارجي الاستراتيجي أولهما يعمل على تسريع إنشاء و تكوين شبكات ، إذ أن المؤسسة تبحث عن التواجد و تحقيق الذات في محيطها و تطوير تنمية علاقات إيجابية مع الفاعلين في هذا المحيط ، هذه الاتصالات و التبادلات ليست في الحقيقة إجبارية و ضرورية جدا، و لكن المؤسسة تعتبرها وسيلة للدفاع يمكن أن تخدم المؤسسة في حالة وجود صعوبات أو مشاكل أو حدث خاص.

أما المظهر الثاني هو الاستماع الخارجي، إذ تنشئ المؤسسة قنوات استقبال المعلومات الإستراتيجية في محيطها و هي تبحث على التعرف بأسرع وقت ممكن على معطيات تنافسية إشارات تطور في التكنولوجيا، و التقنيات، إمكانية قوانين جديدة، الحركات الاجتماعية التي يمكن أن تحدث، هذه المعلومات تعد في المؤسسة مادة للتحليل التي تشكل عوامل مساعدة في اتخاذ القرارات على المدى المتوسط و المدى الطويل .[2]

ب 3 .اتصال خارجي حول الصورة:

يعتبر هذا النوع من الاتصال الخارجي في حد ذاته، و هذا نظرا لانتشاره الواسع و استعمالاته المتعددة في المؤسسة، في هذا النوع من الاتصال ليس أفراد التنظيم هم الذين يقومون بالإعلام و الاتصال، لكن المؤسسة هي التي تعلم قصد التعريف بمنتجاتها و تحسين صورته .[3]

ويتكون هذا النوع من الاتصال على عناصر كثيرة أهمها الإعلان الذي يحاول توصيل رسالة معينة و نقلها و نشرها على أوسع نطاق بهدف لفت الانتباه إليها .

إنّ الاتصال المؤسساتي بشقيه الداخلي و الخارجي كلاهما مكملان لبعضهما البعض فإذا كان الاتصال الداخلي يعمل على ظهور التعاون و العمل و تجميع وجهات النظر و المعتقدات قصد إقناع العاملين و التأثير في سلوكهم، فإن الاتصال الخارجي يهدف إلى تحسين صورة المؤسسة لدى مختلف

---

[1] Annie Bartoli **, communication et organisation** , paris,1991,p 82.

[2] العرقوب محمد محمودي ،حمودي محمد :**دور استراتيجيات الاتصال في طرح منتج جديد** ،(مذكرة ماستر منشورة) ،جامعة المدية ،2013-2014،ص 18.

[3] **Muccenelie alexe : les sciences de l' information et la communication , revus paris ,2éme edition ,1998, p 10**.

جماهيرها ، إذ هو اتصال صورة العلاقات العامة ، إذن فكلا الاتصالين مهم لمصلحة المؤسسة وله أهمية بالغة لتحقيق أهدافها و للوصول إلى إرضاء الجمهور الداخلي و الخارجي معا[1].

المطلب الثالث :الشروط الواجب توافرها في الاتصال المؤسساتي الجيد:

الإتصال المؤسساتي الجيد من الصعب معرفته أو التعرف عليه ، و يتوقف وجوده على عدد من الشروط ننجزها فيما يلي:

1. الإعداد الجيد

ونقصد به الاستكشاف الجيد للمجال الذي سيتم فيه الاتصال المؤسساتي، و التعرف على الجمهور، رغباته و اتجاهاته و سلوكياته ثم دراسة أفضل الطرق للاتصال به ، بحيث تكون الرسالة على أحسن ما يمكن، حتى يتم الاتصال المؤسساتي المطلوب بالكيفية التي تقيم علاقات عامة جيدة و الإعداد الجيد يتطلب كفاءة عالية من القائمين به .

2. الصراحة و الوضوح

أن يتم الاتصال المؤسساتي، على أساس الصدق و عدم تلفيق البيانات و التزام الحقيقة، و عدم التحريف في الألفاظ حيث تكون المصارحة تامة مع الجمهور، و كذلك الوضوح التام في إرسال الرسالة بحيث يتحقق الإقناع، و لا يتاح مجال للشك أو الريبة مما يقدم إلى الناس و تعتبر الصراحة و الوضوح من أساسيات العمل في المجال الإعلامي و في إتمام اتصالات النجاح.

3. اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال

يجب على أخصائي العلاقات العامة أن يستعرض الوسائل المختلفة للاتصال المؤسساتي و يختار من بينها أنسب الوسائل التي تصلح لإتمام الاتصال المؤسساتي بنجاح، فقد تكون بعض الوسائل غير ملائمة لبعض عمليات الاتصال المؤسساتي، ليس لسبب فيها، بل لأن الجمهور الذي تتصل به لا يستوعب هذه الوسيلة و لا يستطيع أن يتجاوب معها أو أن الوسيلة نفسها غير معلومة لها .

4. الدراسة الجيدة للجمهور:

لكي يتحقق الاتصال المؤسساتي يجب أن تجرى دراسة وثيقة للجمهور الذي سيتم الاتصال به، و إذا كان المطلوب الاتصال لفرد واحد أو عدد محدود من الأفراد، فيجب أيضا دراسة طباعهم و آراءهم، و اتجاهاتهم حتى يمكن الاتصال بهم من أنسب الوسائل، و أقلها صعوبة بالنسبة لهم[2].

[1] هالة منصور ،مرجع سبق ذكره ،ص 148 .
[2] فضيل دليو :مرجع سبق ذكره ،ص 21.

5. التوقيت السليم للاتصال

من الشروط الهامة في إيجاد الاتصال المؤسساتي الجيد اختيار الوقت الملائم الذي يمكن فيه إتمام الاتصال المؤسساتي، و المقصود و بالوقت السليم هو الوقت المناسب للجمهور و ليس الوقت المناسب لأخصائي العلاقات العامة، أو على الأقل الوقت المناسب للطرفين أي عدم إهمال طرف على حساب الطرف الآخر، خاصة و أن الجمهور الطرف المطلوب للاتصال به .

6. تجنب الوقوع في خطأ عفوي

بقدر الإمكان يجب على أخصائي العلاقات العامة، عند قيامه بالاتصال المؤسساتي أن يكون على حذر تام من الوقوع في خطأ عفوي غير مقدر مسبقا و حتى إذا حدث هذا الحدث فيجب سرعة معالجته و وضع التصحيح اللازم بأسرع ما يمكن حتى لا يحدث شيء غير مرغوب فيه و في عملية الاتصال المؤسساتي قد يحدث رد فعل قوي إذا لم يعالج بحكمة و عقلانية، فقد يتحول الموقف إلى عكس ما رسم له الأخصائيون هذا ما نريد أن ننبه إليه في مجال العلاقات العامة، أن الدراسة الكافية للمعلومات الصحيحة و الإهتمام الكافي بإتمام الاتصال المؤسساتي هي الدعائم التي تقلل من احتمالات الخطأ في الإرسال .[1]

[1] فضيل دليو ،مرجع سبق ذكره ،ص 21-22.

الفصل الثاني

العلاقات العامة وآليات تنفيذها

المبحث الأول : ماهية العلاقات العامة

المطلب الأول :تعريف العلاقات العامة ونشأتها.

المطلب الثاني :أهمية وخصائص العلاقات العامة .

المطلب الثالث:أهداف ومبادئ العلاقات العامة .

المبحث الثاني :آليات تنفيذ العلاقات العامة

المطلب الأول :دور ووظائف العلاقات العامة.

المطلب الثاني :برامج وأنشطة العلاقات العامة .

المطلب الثالث :أساليب تنظيم العلاقات العامة .

المطلب الرابع :أخصائي العلاقات العامة .

المبحث الأول : ماهية العلاقات العامة

تعتبر العلاقات العامة علما يجب العمل على تحديد أهم قواعده ومبادئه وفنا يجب الإعتناء بتطبيقاته ومهاراته ، فهي كمفهوم بنيوي ووظيفي تطورت سريعا على مر السنين ،وهذا ما يمكن ملاحظته في تعدد وتباين التعاريف الخاصة بها ، بسبب طبيعة العلاقات العامة كعلم وفن متعدد الجذور والخلفيات المعرفية .

المطلب الأول :تعريف العلاقات العامة ونشأتها

تعريف العلاقات العامة :

التعريف اللّغوي: بالنظر الى اللّفظتين المتكونتين للمفهوم ، فأن لفظ " **علاقات** " يعني محصلة الصلات و الاتصالات في هذه الحالة تأخذ شكل العلاقة الدائرية التفاعلية التي تقوم على أساس علاقة التأثير و التأثر .

أما كلمة "**عامة** " فيقصد بها الجمهور وبالنظر بشكل معمق في معنى كلمة "**عامة** " لابد من التمييز بين مفاهيم متقاربة هي :

- **الجماعة** : مجموعة صغيرة من الأفراد يعرفون بعضهم .
- **الحشد** : قطاع أعرض من الجماعة.
- **العامة** : قطاع أعرض من الحشد .
- **الجماهير** : قطاع أعرض بكثير من العامة [1].

➢ **التعريف الاصطلاحي** : هناك مجموعة من التعاريف التي عرفت مفهوم العلاقات العامة ويمكن حصر بعضها فيما يلي :

❖ **تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة** : " هي وظيفة اتصالية إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو ، يمكن أن تتعامل معهم للتفاهم والتأييد والمشاركة ،وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها وأن تتكيف

[1] محمد نجيب الصرايرة ،**العلاقات العامة: الأسس والمبادئ**، (مكتبة الرائد العلمية ،الأردن)2001،ص 10.

بقدر الإمكان بسياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة " .[1]

- **تعريف العلاقات العامة في قاموس أكسفورد** " العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمتجمع " .
- **تعريف العلاقات العامة لدى جمعية العلاقات العامة الأمريكية** :<<هي وظيفة الإدارة المميزة والتي تساعد الإدارة على ربط خطوة الاتصال المتبادل بين المنظمة والجمهور ،وتعمل على كسب قبول وولاء الجمهور ،ويمكن التعاون بين المنظمة والجمهور على معالجة كل المشاكل أو القضايا التي تعتري الطرفين ، إذ تقوم المنظمة بتلبية حاجات الجمهور >> . [2]
- **تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة** :<< هي الجهود التي يبذلها فريق ما ،لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضاءه ،وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الإقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة .>>[3]
- **تعريف محمد البادي للعلاقات العامة** :"هي جهود تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بين المؤسسة وجماهيرها التي تتعامل معها وذلك من أجل تشكيل مناخ نفسي أكثر ملائمة لتطورها تطورا سليما ومستقرا ،وتوفير حياة اِجتماعية أفضل للجماهير التي تتعامل معها "[4]
- ويعرفها **إبراهيم إمام** بقوله "بأنها نشر المعلومات والأفكار والحقائق المشروحة والمفسرة لجماهير المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الإنسجام أو التكيف الاِجتماعي بين المؤسسة و الجماهير " .
- **أرنوف باسكن:** يعرف العلاقات العامة بالشكل التالي : "هي وظيفة إدارية تساعد في تحديد أهداف المنظمة وتسهل التغيير فيها ،ويقوم ممارسو العلاقات العامة بالإتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي ،الذين لهم صلة وذلك بخلق التماسك بين أهداف المنظمة والتوقعات المجتمعية ،ويطور ممارسو العلاقات العامة وينفذون ويقيمون برامج المؤسسات والجماهير " [5].

---

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي :**العلاقات العامة :رؤية معاصرة** ،ط1،(دار وائل للنشر والتوزيع ،الأردن)2001،ص 64.

[2] المرجع نفسه ،ص ص 165-166.

[3] صالح خليل أبو إصبع ،**العلاقات العامة والاتصال الإنساني** ،ط1،(دار الشروق ،عمان) د. س ، ص 83.

[4] محمد نجيب الصرايرة :مرجع سبق ذكره ،ص 04.

[5] صالح خليل أصبع ،مرجع سبق ذكره ،ص ص 83-84 .

❖ أما جيمس شوارتز يعرف العلاقات العامة بأنها : "عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها إلى المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين الزبائن والمساهمين والمستخدمين وجيران المؤسسة والحكومة والجمهور بشكل عام ،وذلك من خلال التحليل الذاتي والتصويب داخليا ومن خلال جميع أساليب التغيير خارجيا . "[1]

نشأة العلاقات العامة :

تعتبر العلاقات العامة قديمة قدم الإنسان والتجمعات الإنسانية وهي تزداد أهمية مع تزايد وكبر وتعقد هذه التجمعات وتشابك علاقاتها ومصالحها .

العلاقات العامة في العصور القديمة :

ظهرت العلاقات العامة في المجتمعات البدائية من خلال العلاقات التي كانت سائدة بين أفراد الأسرة الواحدة ،والتي توسعت فيما بعد لتصبح عشيرة تنتسب إلى أصل واحد ، حيث كان شيوخ وزعماء القبائل يحاولون إقناع الآخرين بحقوقهم ،عن طريق محاولة إرساء التفاهم فيما بينهم والتعاون عن طريق إقامة علاقات ودية متبادلة ،خاصة في حالات الحروب والنزاعات ،فكان زعيم القبيلة يلعب دور القائم بالإتصال أو ما ينوب عنه من أطباء وشعراء .[2]

العلاقات العامة في مصر القديمة :

حيث عثّر على نشرات أصدرتها الحكومات الفرعونية تدعو إلى تعظيم الحكام الفراعنة وتوضح إنجازاتهم ،وتوضح للناس أخبار الحروب و الإنتصارات التي قادها الحكام ،وتدعو الناس إلى تأييدهم وإطاعتهم .[3]

---

[1] صالح خليل أصبع ،مرجع سبق ذكره ،ص 84.

[2] حسين عبد الرحمن رشوان ،**العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع** ،(المكتب الجامعي الحديث ، مصر)،1997، ص 167 .

[3] عبد المعطي محمد عساف ،محمد فالح صالح : **أسس العلاقات العامة** ،(دار حامد للنشر والتوزيع ،الأردن)،2004، ص 25 .

العلاقات العامة في الحضارة البابلية والآشورية :

تجلى هذا المفهوم في قيام ملوك بابل وآشور بالتأثير في عواطف الناس وأفكارهم وحتى معتقداتهم واِتجاهاتهم ،خاصة في أوقات الأحداث و الإنقلابات السياسية والعسكرية ،بالإضافة إلى الميدان الاقتصادي عن طريق القيام بتكييف الأذهان مع الظروف الراهنة ،من خلال الصحف الملكية التي تنشر فيها الأوامر والتعليمات مع مراعاة الأوقات المناسبة ،كالأعياد والمناسبات باستخدام اللوحات الطينية التي تصور الحروب وتنتقل الإرشادات الراعية للفلاحين .[1]

العلاقات العامة عند اليونان القدامى:

توضح تسجيلات اليونان القدامى إلى اهتماماتهم الكبيرة نفوذ الرأي العام ،فكانت أعمال الإتصال جزءا من أعمال الحكومة الإغريقية فقد أولو أهمية كبيرة للإتصال بالجماهير ،أين بدأت الإهتمامات ببعض القادة والحكام والشعراء وغيرهم ،ومن جهة أخرى يسمحون للشعب بالتعبير عن آرائه وأفكاره وتبليغها للمسؤولين ،بغية إنشاء علاقات من المودة والثقة المتبادلة بين الشعب والحكومة .[2]

العلاقات العامة عند الإغريق والرومان :

تميز المجتمع إبان الحضارتين الإغريقية والرومانية بأكثر تفاعل واتصال بين الحكام والجماهير ومع ظهور مبادئ الديمقراطية في المدن اليونانية أخذت العلاقات العامة في الاتساع ،خاصة بعد زيادة الإهتمام بالإتجاهات السائدة وميول الناس وتقاليدهم ومن أهم مظاهر العلاقات العامة في تلك الحضارتين هو اِستغلال "يوليوس قيصر " لجريدة " الوقائع اليومية " والتي بدأت مع ظهور عام 59 ق. م ،لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرضه على الجمهور .[3]

---

[1] محمد عبد الفتاح محمد:**العلاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية :أسس ومبادئ** ،(المكتب العلمي للكمبيوتر، مصر) 1994 ص 168.

[2] عامر الكبيسي ،**النظرة التكاملية لتطور مفهوم العلاقات العامة وتطبيقاتها** ،(المنظمة العالمية للعلوم الإدارية ،د ب) ،1979، ص 17 .

[3] محمد عبد الفتاح محمد ،مرجع سبق ذكره ،ص 169.

العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية :

استطاعت الحضارة الإسلامية أن تظهر مفهوم العلاقات العامة ،من خلال إعتمادها في الدعوة للإسلام على عدة أساليب اتصالية مختلفة ،خاصة تلك التي جاء بها الرسول صلى الله عليه وسلم من لقاءات ورسائل ومبعوثين ،واعتماد الصدق ومحاولة إقناع الناس بالعلاقة الطيبة . فنجد الفاطميين والشيعة كانوا من أكثر المسلمين إتقانا للدعوة وفنونها ،ومتمرسين في أساليب التأثير في النفوس ،فقد استخدموا الإحتفالات والأعياد والمواسم وهذا ما يدخل في صميم العلاقات العامة ،ويتجلى هذا بكل وضوح من خلال الآيات القرآنية العديدة والأحاديث النبوية الشريفة .[1]

العلاقات العامة في العصور الوسطى :

عانت العلاقات العامة في المجتمعات الأوروبية أثناء العصور الوسطى من التدهور والفساد ،وهذا إلى أن عرفت بداية التطور والازدهار في عصر النهضة الأوروبية حيث تجسد الاعتراف بقيمة الإنسان وحقه في الحياة ،كما إزداد الميل للمعرفة والرغبة في التجربة وحب الاستطلاع وكشف المجهول ،وتضاعف الإهتمام بدراسة آراء الناس ومعرفة رغباتهم ،كما ظهرت الصحف والنشرات واستغلت في شرح المذاهب المختلفة ،من هنا أخذ يتسع الإهتمام بالعلاقات العامة حيث أمكن إستخدامها في المجالات الدينية والاقتصادية والسياسية ،عن طريق المؤلفين والكتاب وغيرهم ممن ساهم في الإعلام والنشر ،وخير مثال على ذلك الكنيسة الكاثوليكية . [2]

العلاقات العامة في العصور الحديثة :

استعمل مصطلح العلاقات العامة بالمفهوم الحديث لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر وكأن ذلك في محاضرة ألقاها " درمان أستون " في قاعة بكلية الحقوق جامعة "بيبل "سنة 1882 ،كان موضوعها العلاقات العامة والواجبات المهنية القانونية .[3]

---

[1] محمد عبد الفتاح محمد ،مرجع سبق ذكره ،ص 169.

[2] محمد محمود مصطفى ،**مقدمة في العلاقات العامة** ،(كلية الإعلام ،القاهرة)،د . س ، ص 42 .

[3] محمد عبد الفتاح محمد ، مرجع سبق ذكره ،ص 170 .

أما المؤسس الفعلي للعلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية فهو " ثيودور نفايل " وهو رئيس شركة التلفون والتلغراف الأهلية ،حيث أسس سنة 1907 مكتب الاشتراكات والشكاوى بالاشتراك ،ممهدا الطريق للّذين جاؤوا بعده لتكملة ما بناه في العلاقات العامة ،ومنهم الملّقب بأب العلاقات العامة " إيفي لي ليدباتر " وذلك بعد أن وضع العديد من مبادئ العلاقات العامة ،منذ مطلع القرن العشرين وإلى غاية وفاته سنة 1934 ،وكان قد اِستعمل تعبير العلاقات العامة لأول مرة سنة 1921 ،في النشرة التي أصدرها مع مساعديه بعنوان "العلاقات العامة " .[1]

ليأتي بعده "إدوارد بيرنايز" الذّي لعب دورا كبيرا في دفع العلاقات العامة إلى مرحلة التقنيّين العلمي ،حيث أصدر سنة 1923 كتابة بعنوان " بلورة الرأي العام " وكان أول من درّس العلاقات العامة في جامعة نيويورك ،كما يعود إليه الفضل في إنشاء أول مجلة متخصصة في حقل العلاقات العامة public relations quartery والتي تعتبر مرجعا أساسيا للعلاقات العامة المعاصرة .

وبعد أن نضجت ممارسة العلاقات العامة في أمريكا ،بدأت بالانتقال إلى أوروبا في الدول الأنجلوسكسونية أولا ثم الفرانكفونية أهمها فرنسا .[2]

ويمكن تقسيم نشأة العلاقات العامة إلى المراحل التالية :

المرحلة الأولى :منذ 1850 –1914: وهي مرحلة الإعداد والتخصيب .

المرحلة الثانية : خلال الحرب العالمية الأولى كلّها تميزّت بظهور النشاط الحكومي في مجال العلاقات العامة ،إذ قامت عدد من البلدان بدراسة الرأي العام للتعرف على مقوماته من جهة ،وأساليب التأثير فيه ،والحصول على تأييده من جهة أخرى .

المرحلة الثالثة :1919 –1929: تميزّت بازدهار وظهور الأصول الفنية والمنهج العلمي ،وذلك يتصل بباحثين "ايفي لي " و " ادوارد بارنا رد " .

المرحلة الرابعة : "مرحلة الأزمة الاقتصادية " إذ اِتّسمت بالحاجة إلى التعاون و تضافر الجهود ،ومحاولة توحيد النشاط الأهلي مع النشاط الحكومي لزيادة رفاهية المواطنين .

---

[1] علي برغوث :**العلاقات العامة :أسس نظرية ومفاهيم عصرية** ،(معهد البحوث والدراسات العربية ،مصر)،2007، ص 15.

[2] المرجع نفسه ، ص 170.

المرحلة الخامسة منذ 1938: في هذه المرحلة أصبح مفهوم العلاقات العامة ثابتا ،وأصبح لها كيانا ،فمثلا تأسست وكالة العلاقات العامة في هولندا ثم في انجلترا 1948 .[1]

المطلب الثاني :أهمية وخصائص العلاقات العامة

المطلب الثاني:أهمية العلاقات العامة:

هناك عدة عوامل أدت إلى إبراز أهمية وإلزامية العلاقات العامة ،وذلك لظهور المنافسات الكبيرة واشتدادها ،حيث أصبحت العلاقات العامة حتمية فرضتها عدة أسباب ،عملت من جهة على تطوير العلاقات العامة ،ومن جهة أخرى دفعت المؤسسات التي تتبناها كطريقة في التواصل سواء بجماهيرها الخارجية أو الداخلية .

و ترجع أهمية العلاقات العامة للأسباب التالية:

- ✓ تزايد تدخل الدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية مما يتطلب ضرورة تبنّي الجمهور الخطط التي تضعها القرارات التي تتّخذها والتي تمس حياتهم ولذا فإن نجاح هذه الخطط يقتضي تأييدها من قبل المواطنين ولا يتم ذلك إلا بشرحها وتهيئة الرأي العام بقبولها ومحاصرة الإشاعات .
- ✓ اتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج وتعاظم النفقات مع وجود منافسة حادة هدفها جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين مما دفع بمؤسسات الأعمال إلى استخدام كل الوسائل وكلّفت دوائر العلاقات العامة فيها بشرح سلعها وخدماتها وخيارتها للجمهور ومعرفة رغباته وحاجاته وأفكاره لتضع سياستها الإنتاجية والتسويقية على ضوء ذلك.
- ✓ لقد وفرّ التقدم الذي رافق وسائل الإتصال من أجهزة إلكترونية وأقمار صناعية وكذلك التقدم في الطباعة والإخراج الكثير من منافذ الوصول للجمهور نظرا للصعوبات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة.
- ✓ الإهتمام المتزايد بالمجتمع ومصالح أفراده وذلك بالرّقابة على أسعار الغذاء أو السلع أو الخدمات وصلاحيتها للاستعمال أو من حيث وسلامة البيئة أو سلامة الجمهور ذاته،مما ألزم مؤسسات الأعمال أن تساعده على حل مشاكله،ويرى " جون هيبر " أن ثقة الجمهور بمؤسسات الأعمال لعزلة تلك المؤسسات من جماهيرها.

---

[1] البدر حمو عبد العزيز ،**أسس العلاقات العامة** ،(دار العلوم ،الرياض)،2000،ص 23.

- ✓ أثر الدراسات الأبحاث السلوكية في تنشيط و تفعيل أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة وحثّها على العناية بالعلاقات العامة[1].
- ✓ زيادة الإتصال بين دول العالم حيث أصبحت تربطها العلاقات الاقتصادية والسياسة والاجتماعية والثقافية المشتركة وتعددّت المؤتمرات والندوات والمجتمعات الدولية التي تضيف تقريبا جديدا كل يوم بين الإنسان وأخيه وغايتها إقامة أسس علاقات طيبة بين أعضاء الأسرة الدولية .
- ✓ بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها وذلك لدعم بقائها واستثماراتها وتأكيد هويتها للبيئة.

إن ما يبرز أهمية العلاقات العامة ويؤكد دورها ويساعد على تفعيل ثلاثة اعتبارات أساسية هي:

1-ازدياد التأثر الذي تمارسه قوى الرأي العام على المؤسسات والمنظمات.

2-تعدد البيئة المحيطة بالمؤسسة ومجريات الأحداث فيها معددا أساسيا لأداء المؤسسة.

3-على مؤسسة الأعمال الحديثة المسؤولية نحو الجميع،الذّي توجد فيه كما أن المصلحة العامة لهذا المجتمع يجب أن تتحقق من خلال الفلسفة التي تتبعها إدارة المؤسسات[2].

2 -خصائص العلاقات العامة :

من أهم خصائص العلاقات العامة ما يلي :

- العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة ،وهي وظيفة مستمرة ومخططة ،لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود أفعال آنية لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المنظمة .
- إنّ العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية للمؤسسة بل هي تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المؤسسات ، فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.
- العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة.

---

[1] ربحي مصطفى عليان ،عدنان محمود الطوباسي ،مرجع سبق ذكره ،ص 249.

[2] المرجع نفسه ،ص 250.

- تتصف العلاقات العامة بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون أخر ، بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية ، والاقتصادية والاجتماعية...الخ ، غير ذلك وكافة المؤسسات وأنواعها ، كما تخدم أصحاب الحرف والمهن المختلفة.
- العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي ، فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنشر المعلومات والأفكار وتفسيرها للجماهير.
- العلاقات العامة نشاط قائم على التخطيط ، وهذا يعني أنها ليست نشاط عشوائي وليس وقتي يبدأ حين تقع المؤسسة في الأزمة ، وينتهي بانتهاء الأزمة ، وذلك لأن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر وهي ليست نوعا من السحر يشفي العلل ويداوي العيوب ، وليس وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة دائما ، وإنما للسمعة الحسنة التي تبنيها ولا يمكن بناؤها على مرور الزمن ، وعن طريق الأداء الطيّب والإعلان الجيّد عنها بعد ذلك.
- كما أن العلاقات العامة ترتكز على مبادئ أخلاقية لتدعيم الثقة والتفاهم بين المؤسسة ورضا جمهورها .[1]

المطلب الثالث :أهداف ومبادئ العلاقات العامة

أهداف العلاقات العامة :

هناك عدة أهداف تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها وتتمثل في :

- ♦ إطلاع الجمهور وكذلك العاملين وبكل وضوح على الأهداف المرغوب في تحقيقها وكذلك بيان السياسات وتوجهات على أسس علمية تقوم على الصدق والأمانة .
- ♦ القيام بإجراء الدراسات الميدانية لقياس الاتجاهات لدّى الجماهير والتعرف عليها وتقديمها للإدارة.
- ♦ دراسة البيئة التنظيمية الداخلية ودعمها والعمل على تطويرها وتصحيح أي انحرافات أو عراقيل تواجهها.
- ♦ محاولة كسب رضا ودعم الجماهير للمنتجات والخدمات التي تقدمها منظمات الأعمال.
- ♦ تقديم المعلومات ودعم عمليات اتخاذ القرار ،لتحقيق التجانس والتوافق مع البيئة المحيطة والعمل على تحقيق أهدافها وأهداف العاملين وكذلك الأهداف الاجتماعية وما تتطلبه البيئة المحيطة .

[1] عبد الرزاق محمد الدليصي ،مرجع سبق ذكره ،ص ص 75-76.

- ضرورة العمل على تحقيق رغبات وحاجات الأفراد والمنظمات والجمهور .
- ضرورة العمل على تفعيل دور المنظمة مع البيئة الخارجية وتعريف كل منهما بالأخر ،لتحقيق درجة عالية من التوافق و الإنسجام .
- إعلام الجماهير بسياسات المنظمة وطرق تفكيرها والقواسم المشتركة في أهداف كل منهما ،والعمل على تحسين صورة المنظمة وما تقوم به .
- تأسيس هوية للمنظمة وتطوير إنتاجها .
- معالجة الأزمات التي تواجه المنظمة "الداخلية والخارجية ".
- تحقيق القبول الاجتماعي للمنظمة وتحقيق سمعة طيبة لها .[1]

2 ـ مبادئ العلاقات العامة :

أولا : مبادئ العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة على مجموعة من الأسس أدمجها إدوارد ليزنيز في أساسين هما:

الأداء النافع أولا و الأخبار الصادقة على نطاق واسع ثانيا ، وأوضح أن القاعدة الثانية مكملّة للأولى ولا يمكن أن تقوم بديلا عنها .

وفي ضوء ذلك يمكن أن نوضح مجموعة الأسس والمبادئ التي تقوم عليها العلاقات العامة في:

العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة :

أي يجب أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون بها فمن غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة أو المنشأة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع جمهورها الداخلي على خير ما يرام ، فيجب أولا خلق روح الجماعة والتعاون بين الأفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية ، وأدائهم لواجباتهم وفي ذلك ما يبرّر أن تبدأ العلاقات العامة من داخل المؤسسة.

مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأسلوب العملي:

يجب أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة والإنصاف والإخلاص في جميع تصرفاتها لأن الحقيقة خير إعلام عن المؤسسة ويجب أيضا أن تتفق أعمال المؤسسة مع أقوالها و إلا فقدت الثقة بين جمهورها الداخلي والخارجي[2].

---

[1] موسى اللوزي :**أسس العلاقات العامة :المفاهيم والأسس**،ط1(دار زمزم ناشرون وموزعون،الأردن)،2010،ص ص 57-58.

[2] محمد بهجت كشك :**العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية** ،(المكتب الجامعي الحديث،الاسكندرية)2003،ص 24.

كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية و الأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم والواقع أنهما مظهران متكاملان.

إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق :

إنّ الأساس السّليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق كفيلة بأن تقضي على الشائعات الضارّة التي تولّد عدم الثقة ، وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المشترك.

نشر الوعي بين الجماهير:

يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخططها للتنمية ودور المؤسسة أو الهيئة في ذلك وعليها تقع مسؤولية توجيه الرأي العام ودفع الجماهير إلى تأييد السياسة العامة لمؤسسات الدولة وكسب ثقة الجماهير وتعاونها .

تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى:

يعتبر التعاون أحد أسس النجاح في أي عمل ، لذلك فلا يمكن أن تمارس هيئة نشاطها وتوطيد علاقاتها بجماهير تسهل تعاونها مع الهيئات الأخرى ، ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين الهيئات وبعضها للاتفاق على أساس التعاون بينها لاسيما في برامج العلاقات العامة .

كما تستند العلاقات العامة إلى مجموعة من المبادئ و هي:

أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.

تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ والعطاء والفهم المتبادل و الإستجابة المباشرة والإيجابية من جانب كل طرفين ، و هي سياسات وأعمال ثم اتصال وإعلام فهي تعكس وجهة نظر فئات الجمهور للمؤسسة ، وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين .

أنها لا تقتصر على مؤسسات معينة بل تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة إن كانت تجارية أم اجتماعية[1].

معرفة الأساليب النظرية والعلمية لتشكيل الاتجاهات وتغيرها ، و هذا يستوجب تفهما لطبيعة السلوك البشري.

[1] محمد بهجت كشك ،مرجع سبق ذكره ،ص ص 25-26 .

ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لابد أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مع مصالح الجماهير المختلفة. [1]

[1] محمد بهجت كشك ،مرجع سبق ذكره ، ص 26.

المبحث الثاني :آليات تنفيذ العلاقات العامة

هناك وظائف ومهام رئيسية للعلاقات العامة من خلالها تقوم بتنفيذ الأنشطة المختلفة لتحقيق أهدافها بما يخدم الأهداف العامة للمؤسسة.

المطلب الأول:دور ووظائف العلاقات العامة

1-دور العلاقات العامة :

تنصب مفاهيم العلاقات العامة على أنها ليست نشاطا اجتماعيا ضروريا لتحقيق منفعة ما فهي وظيفة رسمية يتعين على العاملين بها أنجاز عدد من المهام لتحقيق عدد من الأهداف العامة والخاصة والتي تعود بالنفع على التنظيم ككل وعلى العاملين بها ،وبذلك فأن مهام العلاقات العامة تنحصر في :

- ❖ إجراء الأبحاث والدراسات لتوفير قاعدة معلوماتية ملائمة .
- ❖ تنظيم أعمال المؤسسة من خلال المتابعة ومد جسور تواصل بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية وإدارتها .
- ❖ تقديم النصح والمشورة لمن يحتاجها أو عند الضرورة .
- ❖ إنتاج المطبوعات التي تعرف بالمنظمة وبخدماتها .

لذلك نلاحظ أن العلاقات العامة قائمة على تحقيق التفاهم الإنساني والذي يمثل جوهر العلاقات العامة ،الأمر الذي يتطلب التفكير والتخطيط لتحقيق هذا التفاهم الذي هو أقرب إلى الهدف المرحلي منه إلى الوسيلة المباشرة .

وعند الحديث عن عمل العلاقات العامة داخل منظمة ما ،فأن ما نقصده هو توظيف تفاهم إنساني منظم لتحقيق منفعة ما انطلاقا من ذات الفكر ،بأن عددا من الأفراد العاملين في مجال العلاقات العامة والقائمين على التفاهم الإنساني ،يخدمون مصلحة هذه المنظمة والمجتمع مما يعود بالنفع عليهم وعلى المجتمع.[1]

[1] موسى اللوزي ،مرجع سبق ذكره ،ص 58.

2 ـ وظائف العلاقات العامة :

هناك خمسة وظائف أساسية للعلاقات العامة وهي:

* **البحث** : ويقصد به تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المنظمة سواء في الداخل أو الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الاعلامية ووسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة .

* **التخطيط** : ويقصد به تخطيط ورسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة وذلك بتحديد الهدف والجماهير المستهدفة وتصميم البرامج الاعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية وتوزيعها على الأنشطة .

* **الاتصال** :ويقصد به القيام بتنفيذ الخطط المختلفة والاتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الاعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور ،والاتصال بالهيئات والأفراد في الخارج وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة .

* **التنسيق** :تقوم إدارة العلاقات العامة بالتنسيق بين أقسامها وبين الإدارات الأخرى في المنشأة وذلك فيما يختص بالأنشطة التي تقوم بها وترتبط بهذه الإدارات بحيث تؤدي في النهاية إلى فعالية القيام بالنشاط .

* **التقويم** : ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات التصحيحية لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها.[1]

المطلب الثاني :برامج وأنشطة العلاقات العامة

1 ـ برامج العلاقات العامة

تعتبر برامج العلاقات العامة من أهم الموضوعات التي يقوم بها أخصائيو العلاقات العامة ،لأنه البرنامج الناجح يعني أن وراءه أخصائي ناجح وأن الإعداد والجهد المبذول في إعداد برامج العلاقات العامة ليس بالقدر البسيط أو الهين لأنه يتطلب ممن يقوم به أن يكون على إلمام كاف وفهم عميق لمفهوم العلاقات

[1] محمد فريد الصحن :**العلاقات العامة :المبادئ والتطبيق** ،(الدار الجامعية ، د ب)1988 ، ص ص 43-44 .

العامة ،والرسالة الإعلامية التي يريد أن يتناولها هذا البرنامج ، وكلما كانت الرسالة مدروسة بدقة وعناية ،كلما كان البرنامج ناجحا ،وذو أثر كبير لدى الجمهور .

وليست كل برامج العلاقات العامة على درجة واحدة من الصعوبة أو الجهد ،فهناك البرامج البسيطة أو الخفيفة ،مثل زيارة لموقع ،أو برنامج ترحيب بضيف ،أو برنامج تعريف بموضوع معين ،وتتصاعد صعوبة البرنامج عندما تكون الرسالة واسعة أو متعددة الجوانب ،أو تغطي أعدادا كبيرة من الجمهور ،لأن مثل هذه البرامج تستدعي استخدام قدر أكبر من الأموال ، والاستفادة بالعديد من وسائل الاعلام التي تكفي لتحقيق رسالة إعلامية واسعة ،كما قد تكون تغطيتها ممتدة إلى العديد من الدول .

أنواع برامج العلاقات العامة :

هناك عدة أنواع من برامج العلاقات العامة يمكن أن نقسمها كما يلي:

البرامج البسيطة والمحدودة التأثير :هي برامج للعلاقات العامة لا تتعدى أهدافها سوى قدر محدود من الإنجاز أو إقامة علاقة معينة ،أو المحافظة على علاقة ذات قيمة معينة بالنسبة للمنشأة .

البرامج الكبيرة والمتعددة الاتجاهات والتأثير :هي التي تعني استخدام إمكانيات كبيرة نسبيا تتفق مع المواقف المعينة ،والمتطلبات التي تستدعي إقامة مثل هذه البرامج ،والبرنامج الكبير هو الذي يشترك في إعداده مجموعة من المتخصصين في العلاقات العامة من ذوي الخبرة الطويلة نسبيا وقد يستعان في إعداده على مستشار أو أكثر ،وخاصة إذا كان البرنامج يستدعي استخدام أكثر من وسيلة إعلام لتحقيق أهدافه ،ويكون الهدف من إعداد كبير كإقامة علاقات عامة واسعة مع مجتمع معين ،أو محاولة الدخول إلى سوق أو بلد أو مجتمع لأول مرة وغير معروف بالنسبة للمنشأة .[1]

البرامج الاعلامية الهجومية :

فالبرامج الهجومية ليست من النوع المستحب عادة ،إلا أنها في كثير من الحالات تكون بغرض منع وقوع ضرر معين ،أو محاولة درء بعض الأخطار قبل حدوثها ،كما لو كانت إحدى المنشآت تتوقع خطرا ما

[1] أحمد محمد المصري :**العلاقات العامة** ،(مؤسسة شباب الجامعة ،الإسكندرية)2000،ص ص 105-110.

من أحد أعدائها أو يريدون استغلال موقف معين لتحويله إلى صالحه على حساب مصالحها ،وهنا يكون الهجوم مبررا مثل الدفاع عن النفس مسبقا قبل أن يبدأ الهجوم .

أو كما يقول البعض في الأمثال العامية :هو محاولة للغداء بمن يحاول العشاء بك .

ويستخدم في هذه البرامج بعض أساليب الهجوم في وسائل الإعلام المختلفة التي تكشف خفايا الشخص المهاجم أو سوابق أعماله التي تعني أن ما سّوق بقول ليس بالحقيقة أو على الأقل قد يثير الشك لدى المستمعين إليه .

البرامج الإعلامية الدفاعية :هي من البرامج التي تحتاج من أخصائي العلاقات العامة الحرص والحيطة في المادة المستخدمة في الدفاع ،لأنها عادة ما تكون في مواجهة حملة هجومية من مصدر ما،من المصادر المضادة ،وما يجب أن تشملها هذه البرامج هو محاولة إزالة الآثار التي خلفتها الشائعات أو الدعاية الكاذبة أو الهجوم المضاد معتمدا في ذلك علة كشف الأكاذيب وعرض الحقائق بدون تعديل أو إضافة . ولعل أكثر المجالات ملائمة لمثل هذه البرامج هو بالنسبة للمنشآت التي تعمل في الخدمات أو التي تمثل السمعة الطيبة أساسيا في علاقاتها المستمرة مع عملائها [1].

أنشطة العلاقات العامة :

تتناسب أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات مع ما يرصد لها من ميزانيات وتختلف هذه الأنشطة باختلاف المؤسسات ،وتتناسب كذلك مع الأهداف التي تخطط لها تلك المؤسسات ،ومع هذا فإن جميع المؤسسات تشترك في الأسلوب العلمي الذي تتبعه لوضع خطة سليمة ناجحة للوصول إلى الأهداف بأقصر وقت ممكن وأقل نفقات وجهد ولابد للمخططين لهذا النشاط من وضع خطوات متسلسلة ،وأهم هذه الخطوات هي :

دراسة شاملة للمؤسسة :

وهي الخطوة الرئيسية والحيوية الأولى للمخطط ويقوم فيها بالإطلاع على كل صغيرة وكبيرة ودراستها بشكل كامل كي يتعرف على وضعها ومشاكلها .[2]

---

[1] المرجع نفسه ، ص ص 112-114.

[2] إبراهيم مكي ،بركات عبد العزيز محمد:**مدخل إلى علم الاتصال** (منشورات ذات السلاسل ،الكويت)،1990،ص 480.

دراسة الجمهور وتشخيصه :

إن دراسة جمهور المؤسسة أمر حيوي ،كي تتطابق مصالح ورغبات الجمهور مع دراسته ،وتضم هذه الخطوة تحديد الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة في كسب رضاها وتأييدها .

تحديد المشاكل :

بعد دراسة المؤسسة والجمهور تتضح للمخطط جميع المشاكل والعقبات التي تواجه المؤسسة ودور العلاقات العامة في مواجهتها وحلها وبناءا على هذا لابد من التعرف على الجذور العميقة للمشكلة التي تولدت في تفكير الجمهور للتمكن من إحداث التأثير الفعال وإحداث الأثر المطلوب .

معالجة مشاكل الجماهير:

إن كل جمهور سواء كان كبير الحجم أم صغير الحجم ،يتصف بحدوث بعض المشاكل والاختلافات الناجمة عن تباين الآراء والاجتهادات بين أعضاء هذا الجمهور ولكي يكون رجل العلاقات العامة ناجحا في عمله ،لابد أن يقوم بدراسة ذلك وتشخيص هذه المشاكل والاختلافات المعوقة للعمل ،ثم وضع أنسب الحلول لذلك ،في وقت مبكر ،وقبل فوات الأوان حتى لاتصل إلى درجة الإستفحال ولكي يجنب مؤسسته جميع الأضرار المحتملة والمتوقعة نتيجة هذه المشاكل خصوصا الداخلية منها والخارجية .[1]

أساليب تنظيم العلاقات العامة:

إن أسلوب تنظيم العمل في إدارات العلاقات العامة يختلف من منظمة إلى أخرى حسب عوامل كثيرة ، و لهذا فهو يخضع لظروف المؤسسة حسب طبيعتها وحجمها و حجم الجماهير النوعية ، التي تسعى على كسب تأييدها و أهداف العلاقات العامة ، و الاعتمادات المخصصة لأنشطتها بالإضافة إلى حجم أنشطتها و نوعية هذه الأنشطة و نوعية هذه الأساليب العلمية ، التي تعتمد عليها و الإمكانات التي تتوفر عليها ، ولذا على التنظيم أن يفي بالأغراض الحقيقية التي أنشئت من أجلها إدارة العلاقات العامة.[2]

---

[1] إبراهيم مكي ،بركات عبد العزيز محمد ، ص 481.

[2] محمد منير حجاب :**العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة** ،ط1،(دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة)،2007،ص ص 14-15.

فتنظيم إدارة العلاقات العامة في أي منظمة كانت يجب أن تتصف بالمرونة بحيث تسمح بإضافة مسؤوليات جديدة إذا ما استدعت الظروف و دمج بعض المسؤوليات و إلغاء ما يلزم الاستغناء عنه ، إذا كان يخدم سير العمل بالإدارة و يزيد من فاعلية أقسامها.

لذلك عادة يستخدم في تنظيم العلاقات العامة أسلوب إيجاد أقسام تتولى ، مسؤولية تنفيذ الأنشطة الأساسية للعلاقات العامة .

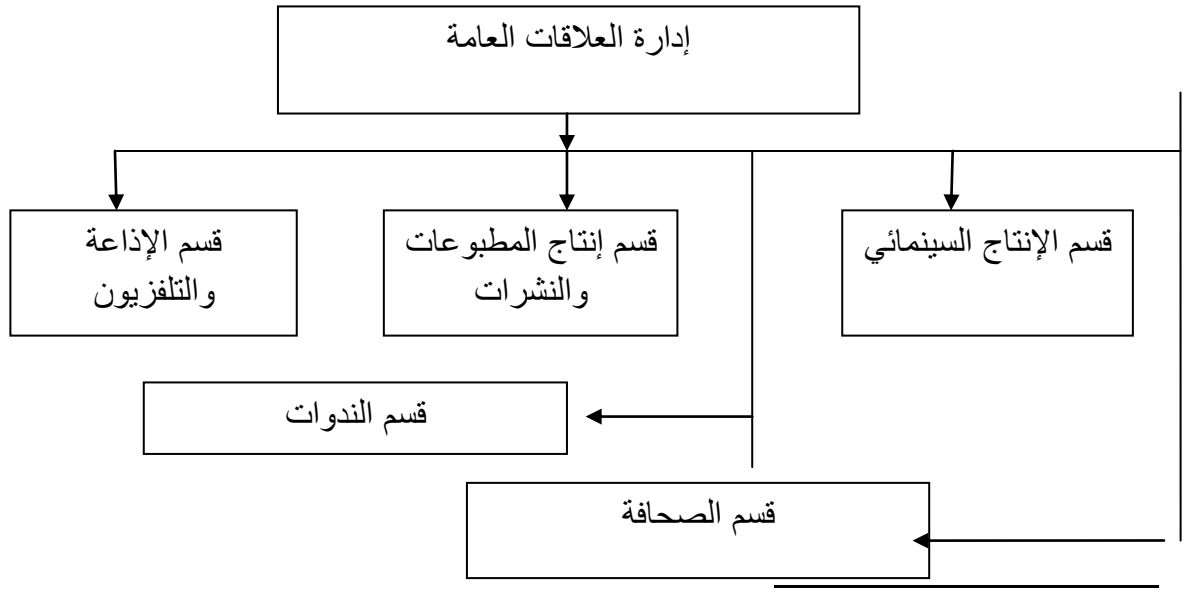
ومن الأساليب الشائعة الاستخدام عادة ما يلي:

أولا : الأسلوب الاتصالي العام" الأسلوب الإعلامي أو الوظيفي: "

يعتمد هذا التقسيم على الوسيلة الإعلامية و لذلك يسمى أحيانا الأسلوب الإعلامي أو الوظيفي ، ويقوم على أساس توزيع المسؤوليات بناء على وسائل الاتصال الجماهيرية التي توجه رسائلها للجمهور العام فيكون هناك:

قسم الصحافة: يتولى صياغة البيانات الصحفية و توزيعها و تنظيم المؤتمرات الصحفية و رعاية العلاقات بالصحفيين فضلا عن إصدار صحيفة المؤسسة وجدت و أية مطبوعات أخرى .وهناك قسم للإذاعة و التلفزيون ، وثالثا قسم للإنتاج السينمائي ، و آخر للندوات والنشرات وفي بعض إدارات العلاقات العامة يخصص قسم مستقل للتخطيط الإعلامي ، بينما يقوم بهذه الوظيفة مدير العلاقات العامة بمساعدة رؤساء الأقسام في بعض الإدارات الأخرى.

شكل رقم:1 يوضح الأسلوب الاتصالي العام" الأسلوب الإعلامي أو الوظيفي[1] "

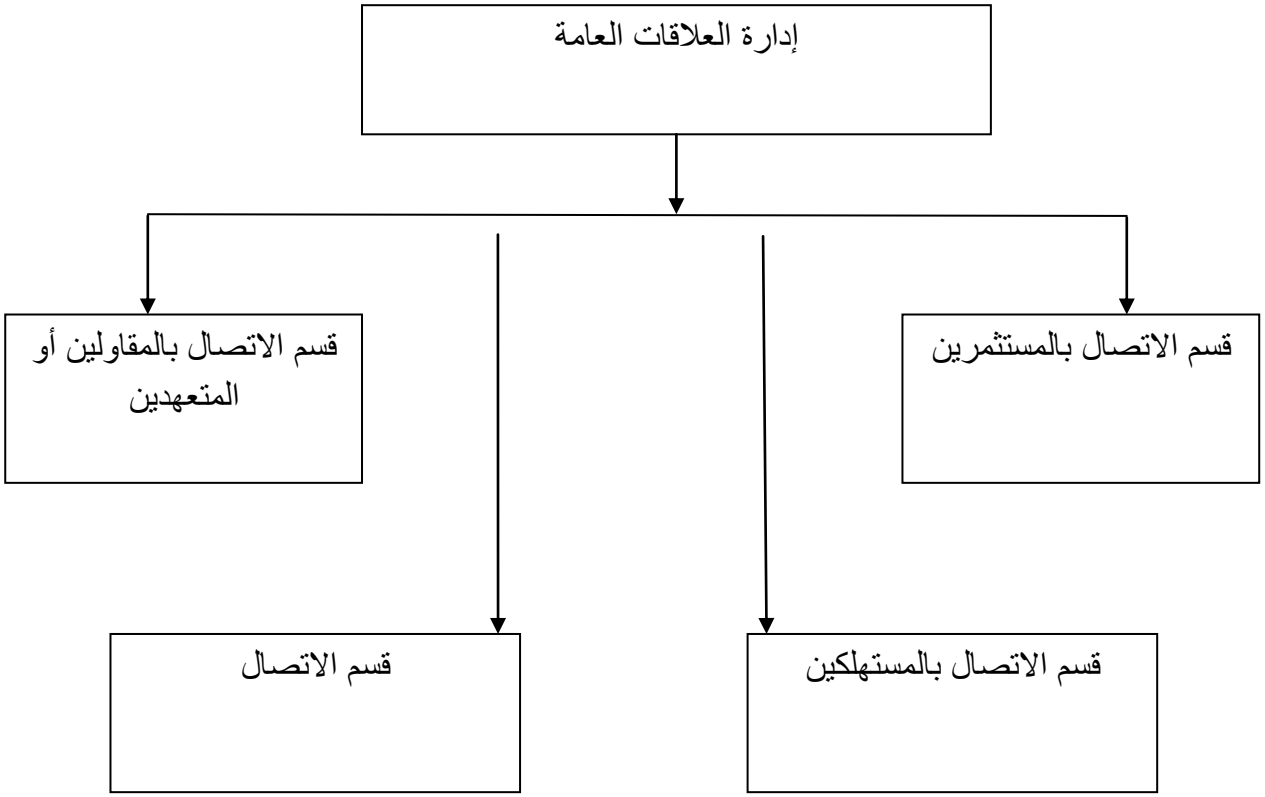


[1] محمد منير حجاب ،ص ص 197 -198.

ثانيا : الأسلوب الاتصالي النوعي:

و هذا الأسلوب يعتمد في توزيع الأعمال و المهام على أساس الجماهير النوعية للمؤسسة،و يكون كل قسم مسؤولا عن رعاية علاقات المؤسسة بكل قطاع من القطاعات التي سنظهرها في الرسم سواء باستخدام وسائل الاتصال المباشرة أو الاستعانة بوسائل الاتصال الجماهيرية.

شكل رقم_ 2 _ يوضح الأسلوب الاتصالي النوعي:



ثالثا : الأسلوب الاتصالي المزدوج:

و يجمع هذا الأسلوب بين الأسلوبين السابقين الاتصالي الوظيفي و الاتصالي النوعي ، فتوزع فيه الاختصاصات ، أقسام تختص بوسائل الإعلام و أقسام أخرى متنوعة بتنوع العلاقات بقطاعات الجماهير المؤثرة على المؤسسة بشكل مباشر[1].

[1] محمد منير حجاب ،ص 198.

رابعا : الأسلوب المركزي و اللاّمركزي:

تأخذ بعض المؤسسات بالأسلوب المركزي لإدارة العلاقات العامة حيث يرتكز جميع العاملين بالإدارة في المقر الرئيسي و عنه تصدر جميع الأنشطة و منه يتحرك بعض المتخصصين لممارسة بعض وظائفهم في فروع المؤسسة ، طبقا للخطة الموضوعة ، وقد يلجأ البعض إلى الأسلوب اللاّمركزي حيث يصبح لكل فروع المؤسسة إدارة العلاقات العامة الخاصة به و التي تمارس نشاطها من خلاله طبقا لظروفها المتغيرة و في حدود الإمكانات المتاحة لها .

و هناك بعض المنظمات تقوم بالجمع بين الأسلوبين للتمتع بمزايا كل منهما مثل :Exxon الأمريكية ففروعها تشترك في و ضع الخطة العامة ، و يحدد لكل فرع واجباته الخاصة في إطار الخطة مستفيدا من الإمكانات الفنية المتاحة .لإدارة العلاقات العامة في المقر الرئيسي[1] .

المطلب الرابع :صفات أخصائي القائم بالعلاقات العامة

يتصف القائم بالعلاقات العامة بعدة صفات أهمها :

- **قوة الشخصية** :يمكن التعرف على هذه الصفة الموهوبة أثناء التعامل مع الشخص ومن أهم عناصرها حسن المظهر والقوام ،الاناقة ورقة الحديث .

اللياقة : وهي القدرة على التحدث مع الآخرين والتأثير فيهم وفي أرائهم ،وكذلك القدرة على الاستماع إلى الأخرين .

الموضوعية :وهي قدرة الحكم على الامور بنزاهة وتجرد وحيادية من دون أدنى تحيز .

حب الاستطلاع : إن موظف العلاقات العامة بحاجة دائمة إلى المعلومات ،وهذا يتطلب منه السعي الدائم ورغبة قوية لاستطلاع الأخبار والمعلومات المتعلقة بعمله من أجل كشف الحقائق وتفسيرها .

الخيال الخصب : أن يكون ذا مخيلة واسعة وخصبة تجعله بمقدوره تخيل وتصور مدى تأثير القرارات التي ينوي اتخاذها على الآخرين .

قابلية التنظيم:كرجل إداري يحتاج رجل العلاقات العامة إلى قدرة تنظيم أعماله بشكل مرتب ،وإلى تبويب موارده المتوفرة وتوقيت أعماله ومواعيده .

الشجاعة : قد يواجه رجل العلاقات العامة أمورا محرجة في علاقة مؤسسته بالجمهور ويحتاج إلى اتخاذ قرارات حاسمة وسريعة أحيانا ،لذا يحتاج الى شجاعة .[2]

---

[1] علي عجوة ،مرجع سبق ذكره ،ص 50.

[2] حسين ناجي عارف :**مبادئ العلاقات العامة** ،ط1،(دار باف العلمية ،الأردن)2000،ص 36.

الحس الفني : لابد لمن يعمل في النشاط الاعلامي أن يتحلى بالذوق المرهف والحس الفني حتى يستطيع التأثير في المحيط الذي يعمل فيه .

قدرة المثابرة والاحتمال :إن غالبية أهداف العلاقات العامة بعيدة المدى وتتطلب الصبر،لذا فعلى العامل فيها أن يتحلى بالجد والصبر والمثابرة .

الاعداد العلمي :إن رجل العلاقات العامة رجل إداري وإعلامي في آن واحد ،حيث أن عمله يمتد باتجاهين ،فحتى يساهم في تحقيق أهداف مؤسسته لابد أن يشمل إعداده الدراسي المواضيع التي تساعده في أداء وظيفته .

اللغة :أن يكون متمكنا من لغة اجنبية شائعة الاستعمال إضافة إلى لغة الأم .

الخبرة الصحفية والكتابة :أن يكون ملما بفنون الكتابة والصحافة ،لأنها أقرب الخبرات لرجل العلاقات العامة .

الإلمام بعلم النفس :يحتاج إلى مقدار من الإلمام بعلم النفس لمعرفة دوافع النفس البشرية ،حتى يستطيع التأثير في الأفكار وشخصيات الجماهير التي يقابلها .

الإلمام بعلم الاجتماع :يعيش الفرد ضمن جماعة أو جماعات متعددة ذات تأثير على سلوكه ونمط تفكيره ،وعليه فلابد للقائم بالعلاقات العامة أن يتفهم طبيعة هذه الجماعات وأساليب اتصالها وقوة ارتباطها ومعرفة اتجاهات الرأي العام .

الإدارة والاقتصاد : لابد بالإلمام بأولويات الاقتصاد والإدارة ،لمعرفة ما يجري في إدارته ومؤسسته إداريا وماليا ،كما يجب أن يكون مطلعا على المستجدات والمؤثرات الاقتصادية السائدة في الداخل والخارج .

الإحصاء وأسلوب البحث : يعتمد نجاح العلاقات العامة على أسلوب البحث العلمي والإحصاء ،وجمع المعلومات والمعالجة بالحاسوب وتقنياته ،وصولا إلى تحليل الظواهر وإدخال المعطيات وتبويب النتائج .[1]

[1] حسين ناجي عارف ،مرجع سبق ذكره ،ص 37.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث

التقديم العام للمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية

المبحث الأول :التعريف بالمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية

المطلب الأول تعريف ونشأة المؤسسة .

المطلب الثاني : الوسائل الاتصالية المستخدمة داخل المؤسسة.

المطلب الثالث:الهياكل التنظيمية للمؤسسة الاستشفائية .

تحليل البيانات

الإستنتاجات

تمهيد :

بعد التطرق إلى دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة ارتأينا أن نخصص فصل من الدراسة للجانب التطبيقي باعتبار أن البحث العلمي يرتبط ارتباط وثيقا بالتساؤلات إذ نجد توضيح لأهمية وأهداف الدراسة وكذا الإشكالية فاختبارنا كان حول مؤسسة " محمد بوضياف"بالمدية ومن خلال هذا حاولنا أن نعرف مجالات الدراسة من خلال:

- تعريف المؤسسة .
- نشأتها.
- هيكل المؤسسة .
- الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة داخل المؤسسة .

المبحث الأول :التعريف بالمؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد بوضياف " بالمدية

المطلب الأول :تعريف ونشأة المؤسسة:

1. تعريف المؤسسة :

هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتوضع تحت وصاية الوالي ،وهي مؤسسة تهتم بالصحة العمومية بالنشاطات التشخيصية والعلّاجات الإستشفائية والطب الوقائي والصحة كمرفق عام يجب أن تضمن القواعد الأساسية لهذا الأخير ،والتي تتمثل في المساواة والاستمرارية ،تقع المؤسسة جنوب شرق العاصمة على بعد 88 كلم وعلى ارتفاع 950 م عن سطح البحر .وتقع وسط مدينة المدية ،يحدّها من الشرق طريق شارع بن عيّاد،ومن الغرب مديرية الشبيبة والرياضة ومن الشمال مدرسة التكوين للشّبه الطبي ومن الجنوب الطريق الولائي .

2. نشأة المؤسسة:

مستشفى محمد بوضياف بالمدية أنشأ بأمر صادر في إطار برنامج البناء سنة 1958 من طرف السلطات الرسمية آنذاك ، و بالرجوع لأحكام المرسوم رقم :466/97 الصادر في 02 ديسمبر 1997 ، المحدد لقواعد إناء القطاعات الصحية و تنظيميا و سيرها، ويعرّف القطاع الصحي بأنه مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ،و يوضع تحت تصرف وصاية الوالي إنشاء أو حل أي قطاع صحي بمرسوم تنفيذي بدأ العمل في سنة 1959 في عهد الاستعمار كان مستشفى عسكري أنذاك ،وبعد الاستقلال حوِّل إلى مستشفى مدني ومازال يمارس نشاطه حتى الآن وكان يحتوي على 40 مركزا تابع له ،لكن قانون 2008 فصلهم ،وأصبح مستشفى محمد بوضياف بالمدية يسمى بالمؤسسة العمومية الاستشفائية والمراكز التي كانت تابعة له تم تسميتها بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية والتي تضّم كل المستوصفات وأصبح مستشفى محمد بوضياف يستقبل الحالات الخطيرة فقط التي تكون أكبر من إمكانيات المستوصف .[1]

المطلب الثاني :التنظيم الهيكلي

1. التنظيم الهيكلي :

[1] www.wekipedia.com. VB/mountada1 /doc/06/1/2015 a 16:10.

أ ـ طاقة الاستيعاب :

تقدر طاقة استيعاب المؤسسة العمومية الاستشفائية ب 540 سرير موزعة حسب المصالح التقنية و الاستشفائية .

ب ـ المصالح الاستشفائية بالمؤسسة :

المصالح الاستشفائية المتوفرة على مستوى المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية تتمثل في مايلي :

- مصلحة الطب الداخلي
- مصلحة الأمراض الصدرية .
- مصلحة جراحة العظام .
- مصلحة الجراحة العامة.
- مصلحة طب العيون.
- مصلحة طب الأطفال.
- مصلحة الاستعجالات الطبية والجراحية.
- مصلحة جراحة الأطفال.
- مصلحة الإنعاش.
- مصلحة تركيب الأعضاء الاصطناعية.
- مصلحة الأذن والأنف والحنجرة.
- مصلحة الأمراض المعدية .
- مصلحة الطب الشرعي .
- مصلحة الولادة والأمومة.
- مصلحة الإعانة الطبية.
- مصلحة الكلى .
- مصلحة تشريح المرضى.

إضافة إلى المصالح التي هي في طور الإنشاء وهي :

- ✓ أمراض السرطان.
- ✓ جراحة الفك والوجه.
- ✓ جراحة الأسنان.[1]

الجدول شكل(أ): يوضح المصالح الاستشفائية في المؤسسة.

المصالح	عدد الأسرة	الوحدات
التشريح المرضي		أمراض النساء أمراض الجهاز الهضمي
التخدير والإنعاش	14	التخدير الإنعاش والعلاجات المكثفة
الجراحة العامة	62	استشفاء الرجال استشفاء النساء جراحة المسالك البولية جراحة الأعصاب
جراحة الأطفال	30	الاستشفاء الفحوصات
علم الأوبئة		المعلومات الصحية النظافة الاستشفائية
أمراض النساء والتوليد	70	أمراض النساء التوليد
الأشعة المركزية		الأشعة التخطيط بالصدى

[1] مقابلة مع السيد يوسف زواوشة ، نائب المدير ومكلف بالاتصال ،أجريت بتاريخ 15 /2015/05 على الساعة 14.00 زوالا بمكتبه.

المخبر المركزي		علم الحياء المجهرية الكيمياء الحيوية
الأمراض المعدية	28	استشفاء الرجال استشفاء النساء
الطب الداخلي	80	استشفاء الرجال استشفاء النساء أمراض القلب طب الأورام
طب أمراض الكلى وتصفية الدم	20	أمراض الكلى تصفية الدم
طب العيون	36	الاستشفاء الفحص والتوجيه
جراحة العظام والرضوض	54	استشفاء الرجال استشفاء النساء الجراحة المجهرية وجراحة اليد
طب الأنف،الأذن ،الحنجرة	30	الاستشفاء الفحص والتوجيه
طب الاطفال	54	طب الاطفال حديثي الولادة
الصيدلية	–	تسيّير المواد الصيدلانية توزيع المواد الصيدلانية
طب الأمراض الصدرية والتنفسية	28	استشفاء الرجال استشفاء النساء
طب الأمراض العقلية	10	استشفاء الرجال استشفاء النساء
الاستعجالات الطّبية الجراحية	20	الاستعجالات الطبية

		الاستعجالات الجراحية
الطب الشرعي	/	المراقبة الطبية لمستخدمي الصحة الفحص الدوري للصحة في العمل
طب العمل	/	/
مركز التأهيل والترويض الوظيفي	/	/

ج ـ المصالح والهياكل القاعدية:

تتمثل المصالح والهياكل القاعدية الموجودة على مستوى المؤسسة العمومية الإستشفائية في :

- قاعات العمليات .
- مصلحة حقن الدّم.
- مصلحة الأشعة .
- المخبر.
- الصيدّلية.
- المصعد.
- النادي.
- المطبخ.
- البياضة.
- حظيرة السّيارات .

2 ـ التنظيم البشري:

تضم المؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد بوضياف" بالمدية 1034 عاملا يمارسون مهامهم في مختلف التخصّصات منها الأطباء والشّبه طبيِّين والعمال الإداريين والعمال المهنيّين.[1]

[1] مقابلة سابقة مع السيد زواوشة يوسف ، أجريت بتاريخ 2015/04/15 على الساعة 14.30 زوالا بمكتبه .

- **تحليل الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاستشفائية "محمد بوضياف " بالمدية :**

تنص المادة 10 من المرسوم التنفيذي 140/07 المتضمن إنشاء المؤسسات العمومية الإستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيمها وسيرها ،نجدهما تنصان على مايلي :"يسير كل مؤسسة عمومية استشفائية ومؤسسة عمومية للصحة الجوارية مجلس إدارة ويديرها مدير ،وتزودان بهيئة استشارية تدعى المجلس الطبي "

1 ـ مجلس الادارة : يضم مجلس الإدارة عدة أعضاء ممثلين في ما يلي :

- ❖ ممثل عن الوالي رئيسا.
- ❖ ممثل عن الإدارة المالية .
- ❖ ممثل عن هيئات الضّمان الاجتماعي.
- ❖ ممثل عن المجلس الشّعبي البلدي.
- ❖ ممثل عن المستخدمين الطبيّين وممثل عن المستخدّمين الشبه طبيّين.
- ❖ ممثل عن جمعيات مرفقي الصّحة.
- ❖ ممثل عن العمال ينتخب في جمعية عامة .
- ❖ رئيس المجلس الطّبي .

يعين أعضاء مجلس الإدارة لعهدة 3 سنوات قابلة للتجديد بقرار من الوالي، بناءا على اقتراح من السلطات والهيئات التابعين لها.

2 ـ المدير:

يعيّن المدير بقرار من الوزير المكلّف بالصحة وتنتهي مهامه حسب الأشكال نفسها والمدير هو المسؤول عن حسن سير المؤسسة وبهذه الصفة :[1]

- يمثل المؤسسة أمام العدالة وفي جميع أعمال الحياة المدنية.

[1] المرسوم التنفيذي رقم 07 /140 المؤرخ 19 /2007/05 والمتضمن إنشاء مؤسسات عمومية إستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيمها وسيرها .

- هو الأمر بالصرف في المؤسسة .
- ينفّذ مداولات مجلس الإدارة .
- يُعد مشروع التنظيم الداخلي والنظام الدّاخلي للمؤسسة.
- يعد التقرير السّنوي عن النشاط ويرسله إلى السلطة الوصية بعد موافقة مجلس الإدارة عليه.
- يبرم كل العقود والصفقات والاتفاقيات في إطار التنظيم المعمول به.
- يمارس السلطة السلمية على المستخدمين الخاضعين لسلطته.

3- المجلس الطبي:يتكون المجلس الطبّي من:

- مسؤولي المصالح الطبية.
- الصّيدلي المسؤول عن الصّيدلة .
- جراح أسنان.
- شبه طبّي ينتخبه نظرائهم من أعلى رتبة في سلك الشبه الطبيّين.

ينتخب المجلس الطبّي من بين أعضائه رئيسا ونائب رئيس لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد .[1]

4 ـ المديريات الفرعية :

1.4 المديرية الفرعية للموارد البشرية :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على مكتبين :

- مكتب تسيير الموارد البشرية .
- مكتب التكوين .

2.4 المديرية الفرعية للمالية والوسائل :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على ثلاث مكاتب :

- مكتب الميزانية والمحاسبة .
- مكتب الصفقات العمومية .
- مكتب الوسائل العامة والهياكل .

[1] نفس المرسوم التنفيذي السابق رقم 07 /140 المؤرخ 19 /2007/05.

3.4 المديرية الفرعية للمصالح الصحية :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على ثلاث مكاتب :

- مكتب القبول .
- مكتب التعاقد وحساب التكاليف .
- مكتب التنظيم ومتابعة النشاطات الصحية .

4.4 المديرية الفرعية لصيانة التجهيزات الطبّية والتجهيزات المرافقة :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على مكتبين :

- مكتب صيانة التجهيزات الطبية.
- مكتب صيانة التجهيزات المرافقة . [1]

المطلب الثالث : الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة داخل المؤسسة

1 ـ الوسائل المستخدمة في العلاقات العام داخل المؤسسة :

تتوفر المؤسسة العمومية الاستشفائية على مجموعة هامة من وسائل الاتصال التى تستعملها في تعاملاتها اليومية مع الجمهور الداخلي و هذه الوسائل هي:

الهاتف:

يعتبر الهاتف من أكثر الوسائل استخداما في المؤسسة وذلك لسرعة في إيصال المعلومات داخل وخارج المؤسسة ،وتحتوي المؤسسة على شبكتين من الخطوط الهاتفية:

شبكة داخلية:

تخص ما بداخل المؤسسة وهي تربط بين مختف المصالح والمكاتب وهي تساعد على اختصار الوقت والمسافات.

شبكة خارجية:

تربط المؤسسة بالعالم الخارجي من مرضى، عملاء .....الخ.

[1] المادة 2:من نفس المرسوم ،ص: 02

المقابلات:

تستخدم المؤسسة المقابلات الشخصية من خلال تعاملها مع مختلف العملاء،فهي تستقبل شخصيات متعددة مثل :ممثل الوالي ،ممثل المجلس الشعبي الولائي ،ممثل المجلس الشعبي البلدي،وممثلي جمعيات المستهلكين، ممثل التأمينات الاقتصادية وغيرهم،وتوفر المؤسسة الاستقبال الحسن ليهم كما أنها توفر الجو المناسب للمتربصين.

الاجتماعات:

تعتبر الاجتماعات من بين أكثر الوسائل المستخدمة في الاتصال الداخلي ويتم الإعداد للاجتماع بصياغة مخطط العمل الذي يتضمن أهم النقاط الرئيسية للموضوع،وهو غالبا ما يكون بين رؤساء الأطباء ورؤساء المصالح والمراقبين ويجري تقريبا كل أسبوع من أجل دراسة حالات المرضى ،وتنظيم أوقات إجراء العمليات الجراحية وهناك اجتماعات أخرى تقام على مستوى إدارة المؤسسة. وهي نادرة حيث تكون بين المدير ورؤساء المصالح والمراقبين إضافة إلى الاجتماعات الخاصة بالمدير ومختلف الشخصيات كممثل المجلس الولائي والبلدي وممثل التأمينات الاقتصادية وهي غالبا ما تكون حول ميزانية المؤسسة والوسائل الطبية المستخدمة..

4-لوحة الإعلانات:

هذه الوسيلة لها أهميتها الخاصة وتعتبر من أكثر الوسائل شيوعا بعد الهاتف ،حيث تتميز بجلب الانتباه ،وهذه اللوحات عادة ما توضع في الأماكن الإستراتيجية أين يمكن للجميع ملاحظتها،وهي موضوعة مصلحة من مصالح المؤسسة حيث وجدنا أثناء زيارتنا لمصلحة جراحة النساء لوحات إعلانية خاصة بالمعلومات المتعلقة بالموظفين مثلا كالحجم الساعي لكل طبيب و أسماء الأطباء المداومين بين الفترة الصباحية والمسائية ،إضافة إلى التعليمات و التوجيهات الخاصة بالسير الحسن للعمل،وقد تكون على شكل تشكرات أو تهاني.

التقارير:

التقرير هو عرض لمجموعة من المعلومات التي تتعلق بموضوع أو مشكل معين،بحيث يكون هذا العرض كتابيا بشيء من التفصيل بغرض شرح الموضوع للجهة المستقبلة للتقرير.

الفاكس:

وهو جهاز تحويل الرسائل الشفوية إلى كتابية،سريعة جدا و مثله مثل الهاتف إلا أنه يختلف عنه في كونه يتعامل بالرسائل الكتابية دون الصوتية. وتستخدمه المؤسسة في اتصالها الداخلي مع القطاعات التابعة لها.

الاستقبال:

يعد الاستقبال من وسائل الاتصال الداخلي و الخارجي للمؤسسة،حيث لاحظنا وجود مكاتب خاصة باستقبال الجمهور في كل مصلحة إستشفائية لتزويدهم بالمعلومات و توجيههم بطريقة سهلة وواضحة وذلك من أجل تحسين علاقة الإدارة مع الجمهور.

الحاسوب:

إن تطوير الوسائل الخاصة بالأعمال المكتبية له تأثير حسن على سير الأعمال في المستشفى وخاصة للقائم بالعلاقات العامة، ومن بين هذه الوسائل نجد الحاسوب الإلكتروني حيث يعتمد في إنجاز الأعمال في مختلف مكاتب المستشفى فكل مكتب يحتوي على حواسيب وهذا قصد تسريع وتيرة الأعمال و جودتها

وإ نجاز الأعمال بسرعة.

الطابعة :

يعمل هذا الجهاز على نسخ كافة الأوراق التي يتم إنجازها داخل الحاسوب وذلك قصد تسليمها لمختلف الموظفين أو إرسالها للمدير أو لإرسال الموظفين للوثائق فيما بينهم وهذا ما جعل لهذه الأداة أهمية كبرى حيث تتوفر في كافة مكاتب المستشفى .

مذكرة إعلامية داخلية:

هي وثيقة إدارية عادة ما تكون مختصرة ، تعلق على عارضة حائطية لهدف توصيل معلومات للموظفين أو بعضهم داخل المستشفى وهي عبارة عن لوحة مربعة الشكل، توجد في مدخل المستشفى على الجهة اليمنى منه وهدف المذكرة الداخلية هو إرسال المعلومات أو التعليمات أو الأوامر أو التدخلات المفاجئة وهي وثيقة رسمية بوجود وإ مضاء المدير ويشترط فيها الدقة والوضوح والتفسير لتكون عملية[1].

[1] مقابلة مع إلهام موايزية : مسؤولة مكتب الموارد البشرية ،أجريت 2015/04/14 على الساعة 14.00 زوالا بمكتبها .

- **تحليل الاستمارة الاستبيانية:**

التحليل الكمي والكيفي:

المحور الأول :البيانات الشخصية

الجدول رقم 01 :يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

التكرارات / الجنس	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	08	33.33	10	47.61	05	62.5	23	43.39
أنثى	16	66.66	11	52.38	03	37.5	30	56.60
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

يتبين من خلال قراءة البيانات أعلاه أن نسبة الاناث تفوق نسبة الذكور في المستشفى حيث بلغت نسبة الاناث ّ56.60% ،في حين بلغت نسبة الذكور 43.39 % من مجموع أفراد العينة.

التحليل الكيفي :

من خلال قراءة البيانات لاحظنا أن نسبة الاناث تفوق نسبة الذكور وهذا راجع أثناء توزيعنا للاستمارة ،كما أن بعض أفراد العينة من جنس الذكور رفضوا ملء الاستمارة والإدلاء بتصريحاتهم .

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن .

التكرارات / السن	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
29 – 20	07	29.16	05	23.80	03	37.5	15	28.30
39 – 30	11	45.83	08	38.09	03	37.5	22	41.50
49– 40	03	12.5	06	28.57	02	25.00	11	20.75
50 فأكثر	03	12.5	02	9.52	00	00	05	9.43
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

من خلال قراءة البيانات في الجدول أعلاه نجد أن النسبة المقدرة ب 41.50% التي مثلت الفئة [30-39] بالإضافة إلى النسبة التي تليها والمقدرة ب28.30 % والتي مثلت الفئة [20-29] ثم النسبة 20.75% والممثلة لفئة [40-49]، أما الفئة العمرية لأكثر من 50 سنة نجدها ضئيلة نوعا ما مقارنة بالنسب الأخرى وهي 9.43 %.

التحليل الكيفي:

يعد عامل السن من أهم البيانات الشخصية التي يستعين بها الباحث لقياس مركز ودور الفرد في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية،ومن خلال النتائج التي توصلنا اليها يمكن القول أن أغلبية أفراد العينة يمتلكون خبرة ومعرفة في المستشفى وهذا ما يزيد من درجة وعيهم ومعرفتهم بأنشطته ،كما أنه يسمح للعمال بإقامة علاقات مختلفة مع بعضهم البعض ،حتى مع رؤسائهم في العمل وهذا يسمح بإظهار وتحسين علاقات العمل في المستشفى

أما الفئة الشبابية فهي كذلك أكثر ثقة للتعامل معها بما يتسم به من حكمة في التصرف بعقلانية في المعاملة وهذه كلها مؤشرات إيجابية بالنسبة للمستشفى من أجل الاستفادة من كل طاقاتها البشرية .

الجدول رقم 03 : بيين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

التكرارات / المستوى التعليمي	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ثانوي	04	16.66	00	00	04	50	08	15.09
ثانوي +تكوين	04	16.66	05	23.80	02	25.00	11	20.75
جامعي	14	58.33	10	47.61	02	25.00	26	49.05
دراسات عليا	02	8.33	06	28.57	00	00	08	15.09
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

من خلال قراءة البيانات يمكن القول أن ما لا حظناه في المؤسسة ميدان الدراسة هو انعدام نسبة الامية ،وكان ذو التعليم الثانوي الذين مثلوا 15.09% من مجموع المبحوثين ،مسجلين بنسبة 16.66 % من مجموع الإداريين ونسبة 50% من مجموع المستخدمين ،وانعدام المستوى الثانوي في الطاقم الطبي ، أما نسبة التعليم الثانوي +تكوين فقد مثلوا 20.75 %من مجموع المبحوثين مسجلين بنسبة 16.66% من مجموع الإداريين ،ونسبة 23.80% من مجموع العاملين في الطاقم الطبي ،ونسبة 25 % من مجموع المستخدمين ،أما نسبة الجامعيين فقد مثلت 49.05 من مجموع المبحوثين ،مسجلة نسبة 58.33 %من مجموع الإداريين ،ونسبة 47.61 % من مجموع العاملين بالطاقم الطبي ،ونسبة 25 % من مجموع المستخدمين ،أما نسبة الدراسات العليا فمثلت ب15.09% من مجموع المبحوثين ،مسجلة نسبة 8.33 % من مجموع الإداريين ،ونسبة 28.57 % من العاملين بالطاقم الطبي .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا اليها يمكن القول أن أغلبية افراد العينة من ذوي المستوى الجامعي إضافة إلى ذوي الدراسات العليا وهذا يمكنهم من تفعيل اتصال واع فيما بينهم ومن شأنه أن يساعد على إقامة علاقات حسنى داخل المستشفى وخارجها ،كما أنه يلعب دورا كبيرا في تحقيق ازدهار المؤسسة ونجاحها

الجدول رقم 04 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

التكرارات / الوظيفة	التكرار	النسبة
طاقم إداري	24	45.28
طاقم طبي	21	39.62
مستخدمين	08	15.09
المجموع	53	100

التحليل الكمي :

من خلال قراءة البيانات في الجدول أعلاه نجد أن النسبة المقدرة ب45.28% مثلت الطاقم الإداري ،في حين مثلت النسبة 39.62% من مجموع المبحوثين العاملين بالطاقم الطبي ،تليا نسبة 15.09 % من مجموع المستخدمين .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها ان النسب متقاربة ،حيث ارتأينا أنه من الموضوعية في دراستنا تقسيم مجتمع البحث إلى إدارات وأطباء ومستخدمين ،فقد حاولنا تقريب النسب بين جميع الفئات دون إقصاء وذلك من أجل معرفة خصائص مجتمع البحث لأن هذا التصنيف يمكن من دراسة فاعلية الاتصالات داخل المستشفى ومدى مرونة العلاقات بين جميع الفئات المعنية لأن الوظيفة تؤثر على طبيعة وتكوين العلاقات .

المحور الثاني:واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية بالمدية *مجال الدراسة*

الجدول رقم 05 : يوضح الهيئة المكلفة بالاتصال في حالة عدم وجود خلية الاعلام والاتصال :

التكرارات / الاحتمالات		الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نعم		11	45.83	03	14.28	02	25	16	30.18
لا	مكتب الاتصال	07	29.16	07	33.33	04	50.00	18	33.96
	السكرتارية	04	16.66	10	47.61	02	25.00	16	30.18
	مكتب الاستعلامات	02	08.33	01	4.76	00	00	03	05.66
المجموع العام		13	54.16	18	85.71	06	75.00	37	69.81
	المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي : من خلال قراءة البيانات نلاحظ أن 69.81% من مجموع المبحوثين صرحوا بعدم وجود خلية الاعلام والاتصال ، مسجلين بنسبة 33.96 % من مجموع المبحوثين الذين صرحوا بأن مكتب الاتصال هي الهيئة المكلفة بالاتصال بالموظفين ،تليها نسبة 30.18% من مجموع المبحوثين الذين صرحوا بأن مكتب السكرتارية هي الجهة المكلفة بالاتصال ،أما مايمثل نسبة 05.66% صرحوا بأن مكتب الاستعلامات هي التي تقوم بالاتصال بالموظفين .أما ما يمثل نسبة 30.18% صرحوا بأنه لا توجد خلية الاعلام والاتصال .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها أن أغلبية المبحوثين صرحوا بعدم وجود خلية للإعلام والاتصال وأن الجهة المكلفة بالاتصال هي مكتب الاتصال باعتباره المصلحة التي تهتم بشؤون العمال وتتصل بهم ويمكن تفسير إمكانية الاعتماد على خدمات هذا المكتب نظرا لاحتلاله موقع بسيط بين الجمهور الداخلي وبين إدارة المؤسسة وكذلك يساهم في إيصال المعلومات إلى الموظفين ،أما الذين صرحوا بأن مكتب السكرتارية هو الذي يقوم بالاتصال فهذا راجع لعدم معرفتهم بالمكتب لأنه فتح أبوابه منذ فترة قصيرة .

أو لوجود مبررات تستدعي اتصالهم بمكتب السكرتارية،حيث أن طبيعة الوظيفة هي التي تحتم عليهم ذلك.

الجدول رقم 06 :يبين إذا كان هناك اتصال بين المبحوثين ومكتب الاعلام والاتصال

التكرارات / الاحتمالات		الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	دائما	08	33.33	00	00	00	00	08	15.09
	أحيانا	02	08.33	00	00	00	00	02	3.77
	نادرا	01	04.16	03	14.28	02	25.00	06	11.32
المجموع		11	45.83	03	14.28	02	25.00	16	30.18
لا		13	54.16	18	85.71	06	75.00	37	69.81
المجموع العام		24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة إذا كان المبحوثين يتصلون بالمكتب أم لا ومن خلال البيانات المصرح بها أعلاه نلاحظ أن 69.81% صرحوا بأنه ليس هناك إتصال بينهم وبين موظفي مكتب الاعلام والاتصال حيث بلغت نسبة 54.16% من مجموع الاداريين تليها نسبة 85.71 %من العاملين بالطاقم الطبي ،تليها نسبة 75.00 %من المستخدمين ، أما ما يمثل 30.18 %من أفراد العينة فقد صرحوا بأنهم على اتصال بموظفي مكتب الاعلام والاتصال ،حيث بلغت نسبة المصرحين باتصالهم دائما بموظفي مكتب الاعلام والاتصال 15.09 %،أما مايمثل 11.32 %صرحوا بأنهم يتصلون بالمكتب نادرا ،أما النسبة التي تليها هي3.77 %صرحوا بأنهم أحيانا ما يتصلون بالمكتب .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها أن أغلبية أفراد العينة صرحوا بأنهم لا يتصلون بالمكتب وهذا ما لاحظناه عند فئة الطاقم الطبي ويرجع ذلك أن الأطباء منشغلين في مهنة الطب كما أن ليس لهم علاقة بالمكتب ،أما المستخدمين صرحوا بأنهم ليسوا على اتصال بالمكتب والسبب في ذلك أنه لا يوجد سبب يبرر اتصالهم بالمكتب .،أما الطاقم الاداري فصرحوا بأنهم لا يتصلون بالمكتب وهذا راجع لكونه جديد ولم توكل إليه بعد المهام المتعلقة بالإدارة

أما الذين صرحوا بأنهم على اتصال بمكتب الاعلام والاتصال هذا راجع إلى وجود علاقات روتينية بين أفراد العينة .

الجدول رقم 07 : يوضح كيفية إيصال المعلومة :

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم إداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مذكرات	06	25.00	03	14.28	03	37.50	12	22.64
اجتماعات	05	20.83	08	38.09	00	00	13	24.52
ملصقات حائطية	11	45.83	06	28.57	04	50.00	21	39.62
تقارير	02	08.33	04	19.04	01	12.50	07	13.20
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة كيفية إيصال المعلومة للمبحوثين ومن خلال الجدول أعلاه تبين أن مايمثل 39.62% من أفراد العينة صرحوا بأن المعلومات تصلهم عن طريق الملصقات الحائطية ،أما مايمثل 24.52% صرحوا بأن المعلومات تصلهم عن طريق الاجتماعات ،تليها نسبة 22.64% صرحوا بأن المعلومة تصلهم عن طريق المذكرات ،أما أصغر نسبة صرحوا بأن المعلومات تصلهم عن طريق التقارير وقدرت ب 13.20 %

التحليل الكيفي :

أكدت النتائج أن كيفية إيصال المعلومة يعتمد بدرجة كبيرة على الملصقات الحائطية لأنها أسهل طريقة لوصول المعلومات وتحقق أهدافها ويتم من خلالها إعلام الموظفين والعاملين بكافة الأوامر والتوجيهات والإرشادات والمستجدات اليومية .تليها الاجتماعات التي تعتبر وسيلة اتصالية مهمة وضرورية بحيث تتيح الفرص للالتقاء بكافة المتعاملين في المجال الصحي لدراسة الاتجاهات والآراء ومعرفة المشاكل والتطلعات المتعلقة بخدمات المؤسسة .أما فيما يخص التقارير والمذكرات تعتبر من الوسائل الأقل استخداما ومع ذلك لم يتم الاستغناء عنها .

الجدول رقم 08 :يوضح حرص الادارة على تعزيز العلاقات العامة بين الموظفين .

التكرارات / الاحتمالات		الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	اجتماعات	07	29.16	04	19.04	00	00	11	20.75
	ندوات	00	00	01	04.76	00	00	01	01.88
	لقاءات	03	12.50	02	09.52	00	00	05	09.43
	ملصقات	02	08.33	00	00	00	00	02	03.77
المجموع		12	50.00	07	33.33	00	00	19	35.84
لا		12	50.00	14	66.66	08	100	34	64.15
المجموع العام		24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة حرص الإدارة على تعزيز العلاقات العامة بين الموظفين ومن خلال قراءة البيانات لاحظنا أن ما يمثل نسبة 64.15 % صرحوا بأن الادارة غير حريصة على تعزيز العلاقات بين الموظفين ،في حين صرح ما يمثل 35.84 %من أفراد العينة أن الادارة حريصة على تعزيز العلاقات بين الموظفين ،مسجلة نسبة 20.75 % من أفراد العينة الذين صرحوا بأن الاجتماعات هي الطريقة التي يتم بها تعزيز العلاقات بين موظفي المستشفى تليها نسبة 09.43 %من الذين صرحوا بأن اللقاءات هي التي تعتمد عليها الادارة في تعزيز العلاقات بين الموظفين ،أما مايمثل 03.77% صرحوا أن تعزيز العلاقات يكون عن طريق الملصقات في حين صرحت نسبة 1.88 % من أفراد العينة أن الادارة تعتمد على الندوات في تعزيز العلاقات بين الموظفين .

التحليل الكيفي :

أظهرت النتائج أن الإدارة لا تحرص على تعزيز العلاقات بين الموظفين ويرجع ذلك إلى عدم وجود مكتب خاص بالعلاقات العامة فهي لا تلقى الاهتمام الكافي حتى تكون إدارة فعالة تساهم في صناعة قرار المؤسسة .

المحور الثالث:مهام ووظائف العلاقات العامة بالمؤسسة *مجال الدراسة *

الجدول رقم 09 :يبين الوظائف التي يقوم بها مكتب الاعلام والاتصال

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاتصال الداخلي	14	58.83	12	57.14	04	50.00	30	56.60
الاتصال الخارجي	04	16.66	/	/	/	/	04	07.54
إعداد المحاضرات	03	12.50	02	09.52	02	25.00	07	13.20
التغطية الاعلامية لنشاطات لمستشفى	03	12.50	07	33.33	02	25.00	12	22.64
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة الوظائف التي يقوم بها مكتب الإعلام والاتصال ومن خلال قراءة البيانات نجد أن أغلبية أفراد العينة صرحوا بأن وظيفة المكتب تتمثل في الاتصال الداخلي وهي ما تمثله نسبة 56.60 % أما مايمثل 22.64 % أن الوظيفة التي يقوم بها المكتب هي التغطية الاعلامية لنشاطات المستشفى ،تليها نسبة 13.20% من الذين صرحوا بأن المكتب يقوم بإعداد المحاضرات ،تليها أصغر نسبة وتقدر ب 07.54 % من الذين صرحوا بأن وظيفة المكتب تتمثل في الاتصال الخارجي .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها نجد أن أغلبية المبحوثين صرحوا بأن أهم نشاط يقوم به مكتب الإعلام والاتصال هو الاتصال الداخلي أي الاتصال بالعاملين داخل المؤسسة وهذا بهدف تحقيق مبدأ التشاور والتعاون داخل المؤسسة مما يؤدي إلى السير الحسن ،تليها فئة الذّين صرحوا بأن وظيفة المكتب تتمثل في التغطية الإعلامية لنشاطات المستشفى وهذا من أجل التعريف بالمؤسسة والهياكل

والاختصاصات الطبية التي تتوفر فيها ،فيما يخص إعداد البحوث فهذا راجع لكون المبحوثين غير مهتمين بالبحث لأسباب شخصية أو لعدم توفر الوقت و الوسائل التي تسهل عملية البحث ،أما الذين صرحوا بأن وظيفة المكتب تتمثل في الاتصال الخارجي هي نسبة ضئيلة نوعا ما مقارنة بالنسب الأخرى وهذا من أجل تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي وكذا التعريف بالمصالح الطبية والإمكانيات والكفاءات المتوفرة عليها .

الجدول رقم 10 :يوضح الأهداف التي يسعى المكتب لتحقيقها

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تكوين علاقات جيدة بين زملاء العمل	05	20.83	05	23.80	01	12.50	11	20.75
تبليغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى	11	45.83	07	33.33	04	50.00	22	41.50
التعريف بالمؤسسة	01	04.16	04	19.04	01	12.50	06	11.32
تقريب وجهات النظر بين المسئولين والموظفين	07	29.16	05	23.80	02	25.00	14	26.41
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة الأهداف التي يسعى المكتب لتحقيقها ومن خلال قراءة البيانات في الجدول أعلاه تبين لنا أن عدد كبير من أفراد العينة بما يمثل 41.50% صرحوا بأن الهدف الأساسي للمكتب هو تبليغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى ،تليها فئة أخرى بنسبة 26.41 %

صرحوا بأن الهدف الذي يسعى الكتب لتحقيقه هو تقريب وجهات النظر بين المسئولين والموظفين ، أما ما يمثل نسبة 20.75% صرحوا بأن المكتب يسعى إلى تكوين علاقات جيدة مع زملاء العمل ،أما الفئة الضئيلة فقدرت ب11.32 % حيث صرحت بأن المكتب يسعى للتعريف بالمؤسسة .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها يمكن القول أن تصريحات المبحوثين لم تعبر عن الأهداف الحقيقية التي يسعى إلى تحقيقها المكتب داخل المؤسسة لأنه تبين لنا أن المبحوثين لا يدركون الأهداف الحقيقية للعلاقات العامة ،فبعد المحادثات التي حاولنا فيها توضيح الصورة أمام المبحوثين والتحدث عن حقيقة العلاقات العامة كانت هذه الاجابات ،كما أنه تجدر الاشارة هنا أن المكتب لا يسطر أهدافا دقيقة معبرة عن أهداف العلاقات العامة ،ولذا فقد أثر هذا على طبيعة الاجابات التي اتسمت بعدم الاحاطة بكل الأهداف بغض النظر على الاقتراحات المذكورة .

الجدول رقم 11 : يبين الوسائل التي يعتمد عليها المكتب في أداء مهامه

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاتصال الشخصي	07	29.16	01	04.76	04	50.00	12	22.64
الهاتف	06	25.00	06	28.57	00	00	12	22.64
الاعلانات الداخلية	04	16.66	07	33.33	00	00	11	20.75
المراسلات الادارية	06	25.00	07	33.33	04	50.00	17	32.07
الانترانات	01	04.16	00	00	00	00	01	01.88
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة الوسائل التي يعتمد عليها مكتب الاعلام والاتصال في أداء مهامه ومن خلال الجدول أعلاه تبين أن نسبة كبيرة من أفراد العينة بما يمثل 32.07 % صرحوا بأن المكتب يعتمد على المراسلات الادارية بالدرجة الأولى في أداء مهامه ،أما النسبة المقدرة ب 22.64 % صرحوا بأن الاتصال الشخصي والهاتف هي الوسائل التي يعتمد عليها المكتب ، تليها نسبة 20.75 %صرحوا أن المكتب يعتمد على الإعلانات الداخلية في أداء مهامه ،أما أصغر نسبة فقدرت ب1.88%

من مجموع المبحوثين وهي نسبة ضئيلة بالنسبة لباقي النسب حيث صرحوا بأن الانترانات هي الوسيلة التي يعتمد عليها المكتب في أداء مهامه .

التحليل الكيفي :

أكدت النتائج ان المكتب يعتمد بدرجة كبيرة على المراسلات الادارية في أداء مهامه لأنها تحقق جزء كبير من أهدافه وكذلك لابد من تضافر عدة وسائل أخرى كالاتصال الشخصي والهاتف لأنها تعتمد على لغة الحوار والمناقشة بالإضافة إلى الاعلانات الداخلية لأنها طريقة سهلة تقوم أساسا على ملصقات في أماكن محددة في المستشفى يمكن لكافة الأفراد الإطلاع عليها .ومن هنا يمكن القول أن المكتب يعتمد في أداء مهامه على وسائل اتصال محدودة ومحددة بشكل بارز في المراسلات الادارية وهذا ليس من مبادئ العلاقات العامة كونها تعتمد على كل وسائل الاتصال الممكنة بصفة تسمح لها باستعمال الوسائل المناسبة لمحتوى الرسالة مع أخذ الوقت المناسب بعين الاعتبار ويعود النقص في استعمال وسائل الاتصال إلى عدم وجود مكلف مختص في الاتصالات داخل المستشفى كما أنه لم يتم بعد معرفة فائدة الاتصال وتقليص الهوة بين مختلف الموظفين وماله من جوانب إيجابية .

الجدول رقم 12 :الوسائل التي يراها أفراد العينة مناسبة لإعلامهم بنشاطات المستشفى

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
محاضرات	02	08.33	02	09.52	02	25.00	06	11.32
ندوات واجتماعات	15	62.50	13	61.90	03	37.50	31	58.49
الاتصال الشخصي	07	29.16	06	28.57	03	37.50	16	30.18
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة الوسائل التي يراها أفراد العينة مناسبة لإعلامهم ومن خلال الجدول أعلاه تبين أن ما يمثل 58.49% من مجموع المبحوثين صرحوا بأن الندوات والاجتماعات هي الوسائل الملائمة لإعلامهم بنشاطات المستشفى في حين يرى ما يمثل 30.18% أن الاتصال الشخصي هي أنسب وسيلة يستعملها المكتب في إعلام الأفراد لمختلف المستجدات والنشاطات ،في حين

بلغت نسبة 11.32 % من المبحوثين أن المحاضرات هي أنسب وسيلة يستعملها المكتب لإعلامهم بنشاطات المستشفى .

التحليل الكيفي :

أكدت النتائج أن أغلبية المبحوثين صرحوا بأن أنسب وسيلة لإعلامهم بمختلف المستجدات والنشاطات هي الندوات والاجتماعات تليها الوسيلة الثانية وهي الاتصال الشخصي ،إضافة إلى المحاضرات وهذا راجع إلى أن الموظفين بحاجة إلى وسائل اتصال تعتمد على لغة الحوار والمناقشة والاتصال المباشر بالموظفين التي لا تعتمد إدارة المؤسسة عليها حيث أن العلاقات العامة تعتمد على اللّقاءات والحوار في تنظيم الاتصالات والعلاقات بين الأفراد في المستشفى .

المحور الرابع :موقف ورأي الموظفين من القائم بالعلاقات العامة

الجدول رقم 13: يوضح إذا كان مسؤول الاتصال يؤدي دوره كما يجب

التكرارات / الاحتمالات		الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	عدم القدرة على الاقناع	01	04.16	00	00	02	25.00	03	05.66
	عدم القدرة على مواجهة الصعوبات	02	08.33	04	19.04	00	00	06	11.32
	عدم التحكم في مهارات الاتصال	02	08.33	08	38.09	03	37.50	13	24.52
	عدم منحه كافة الصلاحيات	00	00	01	04.71	00	00	01	01.88
	عدم التخصص في الاتصال	00	00	03	14.28	00	00	03	5.66
المجموع		05	20.83	16	76.19	05	62.50	24	45.28
نعم		09	37.50	02	09.52	01	12.50	12	22.64
لا أدري		10	41.66	03	14.28	02	25.00	15	28.30
المجموع العام		24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة إذا كان مسؤول الاتصال يؤدي دوره كما يجب ومن خلال قراءة البيانات في الجدول أعلاه تبين لنا أنا أغلبية أفراد العينة بما يمثل 45.28 % صرحوا بأن مسؤول مكتب الإعلام والاتصال لا يؤدي دوره كما يجب ،مسجلين نسبة 24.52 % من أفراد العينة الذين صرحوا بأن المسؤول لا يتحكم في مهارات الاتصال ،تليها النسبة المقدرة ب 11.32 % من الذين صرحوا بعدم قدرته على مواجهة الصعوباتّ ،أما النسب على التوالي المقدرة ب 5.66 % و 5.66 %فهي نسب متساوية صرحوا بأن مسؤول مكتب الإعلام والاتصال غير قادر على الاقناع كما أنه غير متخصص في الاتصال ،أما أصغر نسبة فقدرت ب 1.88 % من المبحوثين الذين صرحوا بعدم منحه كافة الصلاحيات .

التحليل الكيفي :

إن القائم بالاتصال هو المعيار الأساسي في تفعيل الاتصال والنهوض بالمؤسسة بقدرته على توطيد العلاقات وحل المشاكل العالقة ومن خلال النتائج الواضحة في الجدول اعلاه تبين أن القائم بالاتصال لا يقوم بدوره كما يجب وهذا راجع لعدة أسباب منها عدم قدرته على الإقناع ،وعدم قدرته على مواجهة الصعوبات بالإضافة إلى عدم تحكمه في مهارات الاتصال وعدم منحه كافة الصلاحيات لأن ذلك تحتكره الإدارة ولا تطلعه على كل ما يدور في المستشفى .

الجدول رقم 14: يوضح الصفات التي يجب توافرها في مسؤول مكتب الاعلام والاتصال

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التخصص في الاتصال	10	41.66	10	47.61	05	62.50	25	47.16
القدرة على الاتصال	04	16.66	08	38.09	00	00	12	22.64
الحيوية والنشاط	02	08.33	00	00	02	25.00	04	07.54
روح المبادرة	03	12.50	02	09.52	00	00	05	09.43
القدرة علة مواجهة الازمات	05	20.83	01	04.76	01	12.50	07	13.20
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة الصفات التي يجب توافرها في مسؤول مكتب الإعلام والاتصال ومن خلال قراءة البيانات في الجدول أعلاه تبين أن أكبر نسبة قدرت ب 47.16 % من مجموع المبحوثين الذين رأوا بأن أهم ميزة يجب توافرها في القائم بالاتصال هي التخصص في الاتصال ،أما النسبة المقدرة ب22.64 % فقد صرحوا بأن القدرة على الاتصال هي الميزة التي يجب توافرها بمسؤول مكتب الاعلام والاتصال بينما يرى ماقدر ب13.20 % أن القدرة على مواجهة الصعوبات هي أهم صفة يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال ،أما النسبة المقدرة ب 9.43% من المبحوثين فقد صرحوا بأن القائم بالاتصال لابد أن يمتلك روح المبادرة أما أصغر نسبة والتي عدت ضئيلة بالنسبة لباقي النسب فهي التي قدرت ب7.54 %من مجموع المبحوثين الذين صرحوا بأن القائم بالاتصال يجب أن تتوفر فيه صفتا الحيوية والنشاط .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها أن أغلبية المبحوثين صرحوا بأن اهم صفة يجب توافرها في مسؤول مكتب الإعلام والاتصال هي التخصص في الاتصال وهذا راجع لعدم توظيف الإدارة أصحاب الشهادات المتخصصة في الاتصال كما أنها صفة ضرورية لمزاولة مهنة العلاقات العامة ،أما الصفة الثانية التي يرى المبحوثين ضرورة توفرها في مسؤول مكتب الاعلام والاتصال هي القدرة على الاتصال وهذا راجع

لكونها ميزة اساسية إذ لابد للخائض في حقل الاتصال أن يكون كفئ وقادر على الاتصال وتفعيل اتصال دائم ومستمر بين مختلف المصالح في المستشفى ، أما الذين صرحوا بأن القائم بالاتصال لابد أن يمتلك روح المبادرة ذلك لأنه يبادر بالإبداع ويخلق طرق جديدة وتقنيات اتصالية .

الجدول رقم 15 :يوضح علاقة المبحوثين بمسؤول مكتب الاعلام والاتصال

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
جيدة	04	16.66	02	09.52	00	00	06	11.32
حسنة	04	16.66	00	00	02	25	06	11.32
عادية	16	66.66	15	71.42	06	75	37	69.81
سيئة	00	00	01	04.76	00	00	01	01.88
لاعلاقة	00	00	03	14.28	00	00	03	05.66
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة علاقة المبحوثين بمسؤول مكتب الإعلام والاتصال ومن خلال قراءة البيانات نجد أن ما يمثل 69.81 %من أفراد العينة صرحوا بأن علاقتهم عادية مع مسؤول مكتب الإعلام والاتصال تليها نسبتين متساويتين والمقدرة ب 11.32 %من مجموع المبحوثين الذين صرحوا بأن علاقتهم حسنة وجيدة ،أما ما يقدر ب 5.66% صرحوا بأن لا علاقة لهم بمسؤول الاتصال ،أما أصغر نسبة فقدرت ب1.88 %وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى صرحوا بأن علاقتهم سيئة مع القائم بالاتصال .

التحليل الكيفي :

أكدت النتائج أن أغلبية أفراد العينة علاقتهم عادية بمسؤول مكتب الإعلام والاتصال وهذا راجع إلى وجود علاقة جد رسمية قد تكون مفتعلة ويفرضها كذلك إطار العمل أو لعدم احتكاك مسؤول مكتب الاعلام والاتصال بالموظفين خارج أوقات العمل ،أما الذين صرحوا بأن علاقتهم جيدة وحسنة بينهم وبين مسؤول الاتصال فهذا يرجع إلى وجود علاقة طيبة معه أما الذين صرحوا بأن علاقتهم سيئة فيرجع ذلك إلى أسباب شخصية أو خلافات مع المكلف بالاتصال .

المحور الخامس :المشاكل والعراقيل

الجدول رقم 16 : يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النقائص التي تواجه مكتب الإعلام والاتصال

التكرارات / الاحتمالات		الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مادية	**نقص وسائل الاتصال**	01	04.16	04	19.04	02	25.00	07	13.20
	نقص قاعات الاجتماعات	07	29.16	06	28.57	00	00	13	24.52
	ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية	03	12.50	00	00	00	00	03	05.66
المجموع		11	45.83	10	47.61	02	25.00	23	43.39
معنوية	غياب الاحترام بين المسئولين والموظفين	03	12.50	05	23.80	05	62.50	13	24.52
	عدم المساواة في المعاملة	01	04.16	05	23.80	01	12.50	07	13.20
	غياب النشاطات الترفيهية	09	37.50	01	04.76	00	00	10	18.86
المجموع		13	54.16	11	52.38	06	75.00	30	56.60
المجموع العام		24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة طبيعة النقائص التي يواجهها مكتب الإعلام والاتصال ومن خلال قراءة البيانات في الجدول أعلاه تبين لنا أن ما يمثل 56.6 % من المبحوثين أن مكتب الإعلام والاتصال يعاني من نقائص معنوية وهي ممثلة بنسبة 24.52 % من المبحوثين بأن هناك غياب الاحترام بين المسئولين والموظفين ،أما ما نسبته 18.68% يرون بأن هناك نقص في النشاطات

الترفيهية ،فيما تمثل النسبة المقدرة 13.20%فيرون أن هناك عدم المساواة في المعاملة ،أما ما يمثل 43.39 % يرون أن مكتب الإعلام والاتصال يعاني من نقائص مادية وهي ممثلة بنسبة 24.52% يرون أنها تتمثل في نقص قاعات الاجتماعات بينما يرى 13.20 %أن المكتب يعاني من نقص وسائل الاتصال ،أما النسبة المقدرة ب 05.66% يرون بأنها تتمثل في ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها في الجدول أعلاه أن أغلبية المبحثين صرحوا بأن مكتب الاعلام والاتصال يعاني من نقائص معنوية وهذا راجع لعدة أسباب منها غياب الاحترام بين المسئولين والموظفين وعدم المساواة في المعاملة بالإضافة إلى غياب النشاطات الترفيهية تليها فئة المصرحين بأن المكتب يعاني من نقائص مادية وهذا راجع لعدة أسباب منها نقص وسائل الاتصال ونقص قاعات الاجتماعات بالإضافة إلى ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية ،وهذه النقائص تؤدي إلى خلل وظيفي يحول دون ممارسة العلاقات العامة بمفهومها الجوهري .

الجدول رقم 17 :يبين توزيع أفراد العينة حسب مواجهتهم لصعوبة تقديم شكواهم أو اقتراحاتهم

التكرارات / الاحتمالات		الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	**عدم معرفتك بالجهة المعنية لمشكلتك او اقتراحاتك**	00	00	02	09.52	01	12.50	03	05.66
	عدم معرفتك بالوسيلة الممكنة لتقديم شكواك أو اقتراحاتك	03	12.50	02	09.52	00	00	05	09.43
	عدم ثقتك في جدوى ذلك	07	29.16	10	47.61	04	50.00	21	39.62
المجموع		10	41.66	14	66.66	05	50.00	29	54.71
لا		14	58.33	07	33.33	03	37.50	24	45.28
المجموع العام		24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة إذا كان أفراد العينة يجدون صعوبة في تقديم شكواهم واقتراحاتهم ومن خلال الجدول أعلاه تبين أن ما يمثل 54.71 % يواجهون صعوبة في تقديم شكواهم واقتراحاتهم ويرجعون ذلك إلى عدم ثقتهم في جدوى ذلك بنسبة 39.62% أما باقي الأفراد فإنهم يرجعون ذلك إلى عدم معرفتهم بالوسيلة الممكنة بنسبة 09.43% في حين بلغت نسبة 05.66% من المبحوثين أنهم لا يعرفون الجهة المعنية لمشكاتهم أو مجال اقتراحهم ،أما بالنسبة للأفراد الذين يواجهون صعوبة في تقديم شكواهم واقتراحاتهم تقدر بنسبة 45.28 % .

التحليل الكيفي :

من خلال قراءة البيانات يمكن القول أن أغلبية أفراد العينة يجدون صعوبة في تقديم شكواهم وهذا راجع لعدة أسباب منها وجود عائق يسببه النظام الاتصالي داخل المستشفى وعدم معرفتهم بالجهة المعنية لمشكلتهم أو اقتراحهم كما أنهم لا يعرفون الوسيلة الممكنة لتقديم شكواهم .أما الذين صرحوا بأنهم لا يجدون صعوبة فهذا راجع إلى مرونة الاتصالات داخل المستشفى .

الجدول رقم 18 : يبين كيفية تعامل أفراد العينة مع المؤسسة أثناء مواجهتهم للمشاكل

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاتصال المباشر بمدير المؤسسة	14	58.33	11	52.38	03	37.50	28	52.83
الوساطة	02	08.33	00	00	00	00	2	3.77
مكتب الاعلام والاتصال	06	25.00	06	28.57	04	50.00	16	30.18
الاتصال الغير مباشر	02	08.33	04	19.04	01	12.50	07	13.20
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة كيفية التعامل أثناء مواجهة المشاكل ومن خلال الجدول أعلاه تبين أن أغلبية أفراد العينة يعتمدون على الاتصال المباشر بمدير المؤسسة أثناء مواجهتهم للمشاكل وذلك بنسبة قدرت ب 52.83% أما ما يمثل 30.18 % صرحوا بأنهم يقدمون شكاويهم عن طريق مكتب الاعلام والاتصال في حين صرح بعض أفراد العينة أنهم يعتمدون على الاتصال الغير مباشر أثناء مواجهتهم للمشاكل وذلك بنسبة قدرت ب 13.2% أما أصغر نسبة والتي عدت ضئيلة بالنسبة لباقي النسب وهي التي قدرت ب 3.77 % من المبحوثين الذّين صرحوا بأنهم يعتمدون على الوساطة .

التحليل الكيفي :

من خلال قراءة البيانات يمكن القول أن أغلبية المبحوثين صرحوا بأنهم يلجؤون أثناء مواجهتهم للمشاكل إلى الاتصال المباشر بمدير المؤسسة لأنه يعتبر اللّجوء إلى المسؤول المباشر أنفع وأجدى طريقة للاحتجاج وكونها تختصر كل الوسائط الأخرى وتحول دون تأزيم الوضع بل إنها تحافظ أيضا على نفس درجات تحقيق المطلب بينما كل الطرق الأخرى تعتبر وسائطية تصل في نهايتها إلى المسؤول المباشر كونه الوحيد المؤهل قانونيا لإيجاد القرار أما الذين صرحوا بأنهم يلجؤون إلى مكتب الإعلام والاتصال فيرجع ذلك أنه الوحيد المسؤول عن الاتصال وحل المشاكل أما الذين صرحوا بأنهم يلجؤون إلى الاتصال الغير مباشر والوساطة فهذا يرجع لكونهم لديهم فكر راسخ بأن المشاكل لا تحل مهما كانت إلا بالطرق الملتوية .

الجدول رقم 19 : يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد على الشكوى

التكرارات / الاحتمالات	الطاقم الإداري		الطاقم الطبي		المستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
استدعاء بالحضور	17	70.83	15	71.42	07	87.50	39	73.58
رد كتابي	07	29.16	06	28.57	01	12.50	14	26.41
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول معرفة طريقة تلقي الرد على الشكوى ومن خلال الجدول أعلاه تبين أن أكبر نسبة تمثل 73.58 %من أفراد العينة الذين صرحوا بأنهم يتلقون الرد على شكاويهم عن طريق استدعاء بالصور لمناقشة الشكوى مع المسؤول المباشر تليها نسبة 26.41 % من أفراد العينة الذين صرحوا بأنهم يتلقون الرد عن على شكاويهم كتابي .

التحليل الكيفي :

من خلال قراءة البيانات الموضحة في الجدول أعلاه يمكن القول أن أغلبية أفراد العينة صرحوا بأنهم يتلقون الرد على شكاويهم عن طريق استدعاء بالحضور والسبب في ذلك أنها أحسن وأنسب طريقة لنجاعة هذا الأسلوب من جهة وكونه يعتمد على المواجهة والمقابلة الشخصية من جهة أخرى ،أما الذين صرحوا بأنهم يتلقون الرد عن طريق كتابي فهذا يرجع لقلة أهمية الشكوى فالإدارة تعتمد على الأسلوب المباشر في الشكاوى ذات أهمية والأسلوب الكتابي للشكاوى الأقل أهمية ومن هنا يمكن القول أن الادارة تعتمد على سياسة الباب المفتوح والمصارحة وبذلك فتح المجال لمشاركة جميع أفراد المؤسسة بجميع مسوياتهم كل حسب قدرته في تقديم اقتراحات أو مشورة في التسيير الحسن للمستشفى .

الجدول رقم 20 : يبين توزيع أفراد العينة حسب اقتراحات لتحسين الاتصال داخل المستشفى

التكرارات / الاحتمالات	طاقم اداري		طاقم طبي		مستخدمين		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
فتح قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المستشفى	06	25.00	10	47.61	03	37.50	19	35.84
تنظيم وتحسين الاتصال بالمستشفى	10	41.66	07	33.33	00	00	17	32.07
فتح المجال أمام اقتراحات العمال	03	12.50	02	09.52	01	12.50	06	11.32
تنظيم دورات تكوينية وحملات نوعية للعمال	01	04.16	01	04.76	00	00	02	03.77
الاهتمام أكثر بظروف العمال	04	16.66	00	00	02	25.00	06	11.32
الاهتمام بالكفاءات	00	00	01	04.76	01	12.50	02	03.77
عدم الاجابة	00	00	00	00	01	12.50	01	01.88
المجموع	24	100	21	100	08	100	53	100

التحليل الكمي :

الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة اقتراحات المبحوثين لتفعيل الاتصال وتحسين العلاقات داخل المستشفى وتبين من خلال الجدول أعلاه أن اجابات المبحوثين مركزة بالدرجة الأولى على فتح قسم خاص بالعلاقات العامة وذلك بنسبة 35.84% تليها النسبة المقدرة ب 32.07% من المبحوثين الذين اقترحوا تنظيم وتحسين الاتصال في المستشفى ،أما النسب الموالية على التوالي فقدرت ب11.32 %و 11.32%من المبحوثين اقترحوا فتح المجال لاقتراحات العمال والاهتمام بظروفهم، أما النسب الموالية على التوالي فقدرت ب 03.77%و 03.77% هي نسب ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى فقد مثلت الأفراد

الذين اقترحوا بتنظيم دورات تكوينية وحملات توعية للعمال والاهتمام بالكفاءات وأخذهم بعين الاعتبار ،أما أصغر نسبة فقدرت ب 1.88 % الذين لم يصرحوا بإجاباتهم .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج التي توصلنا إليها أن أغلبية المبحوثين اقترحوا فتح قسم خاص بالعلاقات العامة رغم فهمهم السطحي لمفهوم العلاقات العامة وذلك لتنظيم وتسيير اتصالاتهم وعلاقاتهم مع بعضهم ومع إدارة المؤسسة،لإعطاء صورة حسنة عن المستشفى ،أما الذين اقترحوا تنظيم وتحسين الاتصال في المستشفى ذلك من أجل تحسين العلاقات داخله وزيادة نشاطات الاتصال بين العمال والإدارة وتحسين و تفعيل نظام الاتصال ،أما الذين اقترحوا فتح المجال لاقتراحات العمال فهذا لكونه يعطي الحيوية والمرونة للعلاقات داخل المستشفى و تشاور وتبادل الأفراد من عمال ومسؤولين وغيرهم لأن فتح المجالات لاقتراحات الموظفين في مختلف المجالات تعطيهم الإحساس بالانتماء والمشاركة وبالتالي تزيد من رغبتهم في العمل وينعكس ذلك إيجابا على المستشفى ،أما الذين اقترحوا الاهتمام بظروف العمال فهذا راجع لكون المؤسسة لا تهتم بظروف عمالها ، أما الذين اقترحوا تنظيم دورات تكوينية وحملات توعية للعمال والاهتمام بالكفاءات وأخذهم بعين الاعتبار فيرجع ذلك لعدم وضع الرجل المناسب في المكان المناسب ،أما الذين لم رفضوا الإدلاء بإجاباتهم فهذا راجع لعدم فهمهم هذا المجال ولا يمكنهم تقديم شيء مفيد لتحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة .

خلاصة :

بعد عرض النتائج وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الجانب الميداني والتعليق عليها توصلنا إلى أن المؤسسة العمومية الاستشفائية محمد بوضياف لا تهتم بالعلاقات العامة كإدارة فعالة وهذا من خلال افتقادها لمكتب العلاقات العامة .

كما توصلنا إلى أن المكتب الذي توكل إليه وظائف العلاقات العامة لا يقوم بأعبائه اشخاص متخصصون ،فضلا عن افتقاده لوسائل الاتصال التي تعتمد عليها العلاقات العامة هذا من جهة ومن جهة أخرى توصلنا إلى عدم إدراك الجمهور الداخلي للمستشفى للمعنى الحقيقي للعلاقات العامة ولخلية الإعلام والاتصال ،كل هذا من شأنه التأثير سلبا على أنشطتها .

نتائج الدراسة :

تعتبر النتائج الحصيلة النهائية التي توصل إليها الباحث ،ومن خلال إجراءنا للدراسة التطبيقية في المؤسسة الاستشفائية " محمد بوضياف " بالمدية أول ما لفت انتباهنا هو عدم وجود مصلحة خلية إعلام و اتصال بالمؤسسة فأدى غياب هذه المصلحة إلى ظهور بعض النقائص الملحوظة على مختلف المستويات .

- حسب الهيكل التنظيمي للمؤسسة تبين أن الجهة المكلفة بالاتصال هو مكتب الاتصال باعتباره المصلحة التي تهتم بشؤون العمال وتتصل بهم ويمكن تفسير إمكانية الاعتماد على خدمات هذا المكتب نظرا لاحتلاله موقع بسيط بين الجمهور الداخلي وبين إدارة المؤسسة وكذلك يساهم في إيصال المعلومات إلى الموظفين عن طريق الملصقات الحائطية .
- أن أغلبية العمال لا يتصلون بمكتب الاعلام والاتصال لعدم وجود مبررات تستدعي اتصالهم بالمكتب ،حيث أن طبيعة الوظيفة هي التي تحتم عليهم ذلك ،بالإضافة إلى ان هذا المكتب جديد .في حين أن هناك موظفين يتصلون بالمكتب وذلك لوجود مبررات الاتصال الدائم .
- توصلت الدراسة أن الوظائف التي يقوم بها المكتب تعتمد بالدرجة الأولى على الاتصال الداخلي ، أما فيما يخص الوسائل التي يعتمد عليها مكتب الاعلام والاتصال للاتصال بالجمهور الداخلي هي المراسلات الادارية باعتبارها الوسيلة الأسرع والأنجع ،في المقابل يرى الموظفين أن الوسيلة المناسبة لإعلامهم بنشاطات المستشفى هي الاجتماعات والندوات لأنهم بحاجة لوسائل تعتمد على لغة الحوار والمناقشة .
- توصلت الدراسة أن مسؤول مكتب الاعلام والاتصال لا يؤدي دوره لعدم تحكمه في مهارات الاتصال ،في حين يرى الجمهور الداخلي أن أهم صفة يجب توفرها في المكلف بالاتصال هي التخصص في الاتصال وهذا راجع الى عدم توظيف الادارة أصحاب الشهادات المتخصصة في الاتصال.
- بالنظر إلى طبيعة العلاقة بين الموظفين والمكلف بالاتصال توصلت الدراسة أن جل الموظفين علاقتهم عادية نظرا لوجود علاقات رسمية في إطار العمل تفرض هذا النوع من المعاملة ومع هذا فان المؤسسة تهدف إلى تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين وتبليغهم بالمستجدات في المستشفى .

- توصلت النتائج أن المكتب يعاني من نقائص مادية ومعنوية وهذا راجع إلى عدة أسباب من بينها غياب الاحترام بين المسؤولين والموظفين ونقص وسائل الاتصال .
- أغلبية أفراد العينة يجدون صعوبة في تقديم شكاويهم وذلك راجع لعم معرفتهم بالجهة المعنية ولعدم ثقتهم في ذلك فيلجأون مباشرة إلى مدير المؤسسة .
- أما عن مدى إدراك الجمهور الداخلي بالدور الحقيقي للعلاقات العامة فقد عرفناه من خلال مستوى الفهم العام السائد في المستشفى عن العلاقات العامة ووجدنا بان فهمهم سطحي سواء لدى المسؤولين أو الموظفين وذلك لغياب متخصصين في هذا المجال ومع ذلك وجدنا بأن أغلبية المبحوثين ينادون بضرورة فتح قسم خاص بالعلاقات العامة ينظم ويسير اتصالاتهم وعلاقاتهم مع بعضهم ومع إدارة المستشفى .

الخاتمة

خـاتمـــة :

تمثل العلاقات العامة النشاط الاتصالي الأكثر نجاعة للوصول إلى قلوب الجماهير و رسم صورة جيدة في أذهان الموظفين ،حيث أصبحت العلاقات العامة في العصر الراهن فنا من الفنون الرفيعة التي تحتاج إلى دراسات طويلة و خبرات كثيرة لا يمكن اكتسابها إلا بالممارسة المتواصلة و الإطلاع الدائم على أهم ما استحدث في هذا الموضوع ، كما أصبحت تشكل مدخلا رئيسيا لكسب وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية للمنظمات الحديثة ، فـهي تستخدم رسائل اتصالية متعددة للوصول إلى الجمهور الداخلي منها الاجتماعات والندوات .

إن اختياري لموضوع العلاقات العامة كان انطلاقا من كونها وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة، لتكون بمثابة همزة وصل بين المؤسسات والجماهير لإنشاء علاقات و إيجاد قنوات اتصال ذات اتجاه تبادلي بينهما، كونها تعمل على إحداث التكيف بين كل من المؤسسة والجماهير المتعامل معها، فالتكيف ضروري بين الأفراد والجماعات لخلق مجتمع متجانس ،ورغم اهتمام مؤسسات الدول المتقدمة بالعلاقات العامة.إلا أن هذا الاهتمام ناقص في الدول النامية بالمقارنة مع الدول المتقدمة..

واعتمادا على نتائج الدراسة نستطيع القول أن المؤسسة الصحية محمد بوضياف بالمدية لم تستوعب بعد الدور الفعال الذي تؤديه برامج العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة وكسب ثقة وتأييد الجماهير المتعامل معها، وهذا راجع لغياب متخصصين قائمين بأعباء العلاقات العامة، وذلك من شأنه أن يؤثر سلبيا على مكانة المؤسسة أمام جماهيرها الداخلية والمجتمع بصورة عامة.

الملاحق

ملحق رقم 01 :

التنظيم الهيكلي

أـ طاقة الاستيعاب :

تقدر طاقة استيعاب المؤسسة العمومية الاستشفائية ب 540 سرير موزعة حسب المصالح التقنية و الاستشفائية .

ب ـ المصالح الاستشفائية بالمؤسسة :

المصالح الاستشفائية المتوفرة على مستوى المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية تتمثل في مايلي :

- مصلحة الطب الداخلي
- مصلحة الأمراض الصدرية .
- مصلحة جراحة العظام .
- مصلحة الجراحة العامة.
- مصلحة طب العيون.
- مصلحة طب الأطفال.
- مصلحة الاستعجالات الطبية والجراحية.
- مصلحة جراحة الأطفال.
- مصلحة الإنعاش.
- مصلحة تركيب الأعضاء الاصطناعية.
- مصلحة الأذن والأنف والحنجرة.
- مصلحة الأمراض المعدية .
- مصلحة الطب الشرعي .
- مصلحة الولادة والأمومة.
- مصلحة الإعانة الطبية.
- مصلحة الكلى .
- مصلحة تشريح المرضى.

إضافة إلى المصالح التي هي في طور الإنشاء وهي :

- ✓ أمراض السرطان.
- ✓ جراحة الفك والوجه.
- ✓ جراحة الأسنان.

الجدول شكل(أ): يوضح المصالح الاستشفائية في المؤسسة.

المصالح	عدد الأسرة	الوحدات
التشريح المرضي		أمراض النساء أمراض الجهاز الهضمي
التخدير والإنعاش	14	التخدير الإنعاش والعلاجات المكثفة
الجراحة العامة	62	استشفاء الرجال استشفاء النساء جراحة المسالك البولية جراحة الأعصاب
جراحة الأطفال	30	الاستشفاء الفحوصات
علم الأوبئة		المعلومات الصحية النظافة الاستشفائية
أمراض النساء والتوليد	70	أمراض النساء التوليد
الأشعة المركزية		الأشعة التخطيط بالصدى
المخبر المركزي		علم الحياء المجهرية الكيمياء الحيوية
الأمراض المعدية	28	استشفاء الرجال استشفاء النساء

الطب الداخلي	80	استشفاء الرجال استشفاء النساء أمراض القلب طب الأورام
طب أمراض الكلى وتصفية الدم	20	أمراض الكلى تصفية الدم
طب العيون	36	الاستشفاء الفحص والتوجيه
جراحة العظام والرضوض	54	استشفاء الرجال استشفاء النساء الجراحة المجهرية وجراحة اليد
طب الأنف،الأذن ،الحنجرة	30	الاستشفاء الفحص والتوجيه
طب الاطفال	54	طب الاطفال حديثي الولادة
الصيدلية	–	تسيّير المواد الصيدلانية توزيع المواد الصيدلانية
طب الأمراض الصدرية والتنفسية	28	استشفاء الرجال استشفاء النساء
طب الأمراض العقلية	10	استشفاء الرجال استشفاء النساء
الاستعجالات الطّبية الجراحية	20	الاستعجالات الطبية الاستعجالات الجراحية
الطب الشرعي	/	المراقبة الطبية لمستخدمي الصحة الفحص الدوري للصحة في العمل
طب العمل	/	
مركز التأهيل والترويض الوظيفي	/	

ج ـ المصالح والهياكل القاعدية:

تتمثل المصالح والهياكل القاعدية الموجودة على مستوى المؤسسة العمومية الإستشفائية في :

- قاعات العمليات .
- مصلحة حقن الدّم.
- مصلحة الأشعة .
- المخبر.
- الصيدّلية.
- المصعد.
- النادي.
- المطبخ.
- البياضة.
- حظيرة السّيارات .

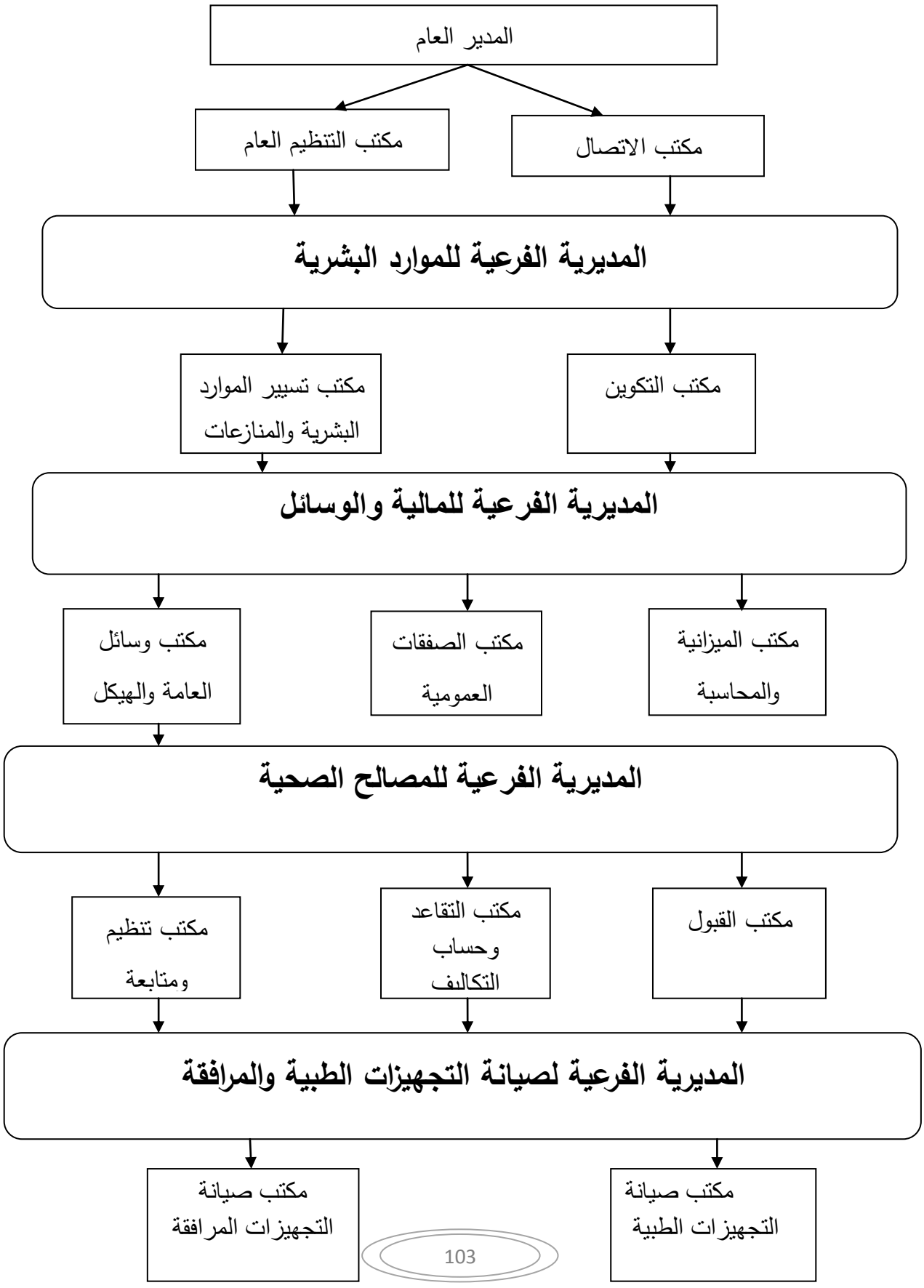
2 التنظيم البشري:

تضم المؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد بوضياف" بالمدية 1034 عاملا يمارسون مهامهم في مختلف التخصّصات منها الأطباء والشّبه طبيِّين والعمال الإداريين والعمال المهنيّين.

الملحق رقم 02:

الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاستشفائية "محمد بوضياف " بالمدية :

التنظيم الداخلي للمؤسسة



1. **مجلس الادارة** : يضم مجلس الإدارة عدة أعضاء ممثلين في ما يلي :

- ❖ ممثل عن الوالي رئيسا.
- ❖ ممثل عن الإدارة المالية .
- ❖ ممثل عن هيئات الضّمان الاجتماعي.
- ❖ ممثل عن المجلس الشّعبي البلدي.
- ❖ ممثل عن المستخدمين الطبيّين وممثل عن المستخدّمين الشبه طبيّين.
- ❖ ممثل عن جمعيات مرفقي الصّحة.
- ❖ ممثل عن العمال ينتخب في جمعية عامة .
- ❖ رئيس المجلس الطّبي .

يعين أعضاء مجلس الإدارة لعهدة 3 سنوات قابلة للتجديد بقرار من الوالي، بناءا على اقتراح من السلطات والهيئات التابعين لها.

2. المدير:

يعيّن المدير بقرار من الوزير المكلّف بالصحة وتنتهي مهامه حسب الأشكال نفسها والمدير هو المسؤول عن حسن سير المؤسسة وبهذه الصفة :

- يمثل المؤسسة أمام العدالة وفي جميع أعمال الحياة المدنية.
- هو الأمر بالصرف في المؤسسة .
- ينفّذ مداولات مجلس الإدارة .
- يُعد مشروع التنظيم الداخلي والنظام الدّاخلي للمؤسسة.
- يعد التقرير السّنوي عن النشاط ويرسله إلى السلطة الوصية بعد موافقة مجلس الإدارة عليه.
- يبرم كل العقود والصفقات والاتفاقيات في إطار التنظيم المعمول به.
- يمارس السلطة السلمية على المستخدمين الخاضعين لسلطته.

3. **المجلس الطبي:**يتكون المجلس الطبّي من:

- مسؤولي المصالح الطبية.
- الصّيدلي المسؤول عن الصّيدلة .

- جراح أسنان.
- شبه طبّي ينتخبه نظرائهم من أعلى رتبة في سلك الشبه الطبيّين.

ينتخب المجلس الطبّي من بين أعضائه رئيسا ونائب رئيس لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد .

الملحق رقم 03:

5المديريات الفرعية :

1.5 المديرية الفرعية للموارد البشرية :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على مكتبين :

- مكتب تسيير الموارد البشرية .
- مكتب التكوين .

2.5 المديرية الفرعية للمالية والوسائل :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على ثلاث مكاتب :

- مكتب الميزانية والمحاسبة .
- مكتب الصفقات العمومية .
- مكتب الوسائل العامة والهياكل .

3.5 المديرية الفرعية للمصالح الصحية :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على ثلاث مكاتب :

- مكتب القبول .
- مكتب التعاقد وحساب التكاليف .
- مكتب التنظيم ومتابعة النشاطات الصحية .

4.5 المديرية الفرعية لصيانة التجهيزات الطبّية والتجهيزات المرافقة :على رأسها مدير فرعي ،وتحتوي على مكتبين :

- مكتب صيانة التجهيزات الطبية .
- مكتب صيانة التجهيزات المرافقة.

ملحق رقم 04:

قائمة الجرائد الرسمية :

1- القانون الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ديسمبر 2009، الذي يحدد التنظيم الداخلي للمؤسسات العمومية الاستشفائية .

2- الأمر رقم 66-133 المؤرخ في 12 صفر عام 1386 الموافق 02 يونيو سنة 1966 المتضمن القانون الأساسي لوظيفة العمومية .

3- المرسوم رقم 66-149 المؤرخ في 120 صفر عام 1386 الموافق 02 يونيو سنة 1966 يتعلق بإعطاء النقط وطرق الترقية .

4- المرسوم رقم 85-05 المؤرخ في 01 رجب 1405 الموافق ل 23 مارس 1985 يتضمن القانون الأساسي النموذجي لعمال المؤسسات والإدارات العمومية .

5- المرسوم التنفيذي رقم90 -99 المؤرخ في 1 رمضان عام 1410 الموافق ل 27 مارس 1990 يتعلق بسلطة التعيين والتسيير الاداري بالنسبة للموظفين وأعوان الادارة المركزية والولايات والبلديات والمؤسسات العمومية ذات الطابع الاداري.

6- المرسوم التنفيذي رقم 07-140 المؤرخ في 02 جمادي الأول عام 06- - 1428 المرسوم التنفيذي رقم07 الموافق 19 مايو سنة 2007 ،الذي يتضمن إنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيمها وسيرها.

7- المرسوم التنفيذي رقم 09 - 393 المؤرخ في 24 نوفمبر 2009 ، المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين الممار سين الطبيين العامين في الصحة العمومية.

8- المرسوم التنفيذي رقم 10-77 المؤرخ في 18 فيفري 2010 الذي يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لأسلاك الممارسين الطبيين المفتشين في الصحة العمومية.

9- المرسوم التنفيذي رقم 09-394 المؤرخ في 24 نوفمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لسك الممارسين الطبيين المتخصصين في الصحة العمومية.

10- المرسوم التنفيذي رقم 11-122 المؤرخ في 20 مارس الذي يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفات المنتميات لسلك القابلات في الصحة العمومية.

11- المرسوم التنفيذي رقم11-235 المؤرخ في 03 جويلية 2011 والذي يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لأسلاك الأعوان الطبيين في التخدير والإنعاش في الصحة العمومية.

12- المرسوم التنفيذي رقم11-121 المؤرخ في مارس – 2011 والمتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لأسلاك شبه طبي.

13- المرسوم التنفيذي رقم11 -152المتضمن القانون الاساسي الخاص بالموظفين المنتمين لأسلاك البيولوجيين.

14- المرسوم التنفيذي رقم09 -240 المؤرخ في 29 رجب عام 1430 الموافق 22 يوليو 2009 المتضمن القانون الاساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك النفسانيين للصحة العمومية.

15- المرسوم التنفيذي 09-161 المؤرخ في 7 جمادى الأول عام 1430 الموافق 2 مايو 2009 ،المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لسلك متصرفي مصالح الصحة .

16- المرسوم التنفيذي08 -04 المؤرخ في 19 جانفي 2008 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك المشتركة في المؤسسات والإدارات العمومية .

17- المرسوم التنفيذي رقم 08-05 المؤرخ في 19 جانفي 2008 المتضمن القانون الاساسي الخاص بالعمال المهنيين وسائقي السيارات والحجاب .

18- المرسوم التنفيذي رقم 07-308 المؤرخ في 17 رمضان 1428 الموافق 29 سبتمبر 2007 المتضمن كيفيات توظيف الأعوان المتعاقدين وحقوقهم والعناصر المشكلة لرواتبهم والقواعد المعلقة بتسييرهم وكذا النظام التأديبي المطبق عليهم .

19- المرسوم التنفيذي رقم 11-188 المؤرخ في 2 جمادي الثاني1432 الموافق 5 مايو سنة 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين لأسلاك الممارسين الطبيين العامين في الصحة العمومية.

20- المرسوم التنفيذي رقم 11-187 المؤرخ في 02 جمادى الثاني 1432 الموافق 5 مايو 2011 يؤسس النظام لتعويضي للموظفين المنتمين لأسلاك الممارسين الطبيين المفتشين في الصحة العمومية .

21- المرسوم التنفيذي رقم 11-199 المؤرخ في 21 جمادى الثاني 1432 الموافق 24 مايو 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين للأسلاك الطبيين في الصحة العمومية .

22- المرسوم التنفيذي رقم 11-200 المؤرخ في 21 جمادى الثاني 1432 الموافق 24 مايو 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين للأسلاك شبه الطبيين في الصحة العمومية.

23- المرسوم التنفيذي رقم 11-201 المؤرخ في 21 جمادى الثاني 1432 الموافق 24 مايو 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفات المنتميات لسلك شبه القابلات في الصحة العمومية.

24- المرسوم التنفيذي رقم 11-210 المؤرخ في 30جمادى الثاني 1432 الموافق 02 يونيو 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين للأسلاك الفيزيائيين
الطبيين في الصحة العمومية.

25- المرسوم التنفيذي رقم 11-255 المؤرخ في 12 شعبان 1432 الموافق 14 يونيو 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين للأسلاك البيولوجيين الطبيين في الصحة العمومية.

26- المرسوم التنفيذي رقم 11-289 المؤرخ في 15 رمضان 1432 الموافق 15 ديسمبر 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين للأسلاك الأعوان الطبيين في التخدير والإنعاش في الصحة العمومية.

27- المرسوم التنفيذي رقم 11-99 المؤرخ في 28 ربيع الأول 1432 الموافق 03 مارس 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين لسلك متصرفي مصالح الصحة في الصحة العمومية.

28- المرسوم التنفيذي رقم 11-134 المؤرخ في 21 جمادى الثاني 1432 الموافق 24 مايو 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين للأسلاك المشتركة في المؤسسات والإدارات العمومية .

الملحق رقم 05:

جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة حول

العلاقات العامة في المؤسسات العمومية

دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بالمدية

في إطار التحضير لمذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ،ارتأينا إجراء دراسة ميدانية حول دور العلاقات العامة في مستشفى محمد بوضياف بالمدية .

وعليه نرجو من سيادتكم التكرم بتعبئة هذه الاستمارة البحثية ونؤكد أن البيانات التي ستدلون بها لن تستغل خارج إطار البحث العلمي وستحظى بالسرية التامة .

لكم منا جزيل الشكر والامتنان على مساعدتكم في دعم البحث العلمي .

من إعداد الطالبتين: **تحت إشراف الأستاذ :**

- بن قويدر زينب د. جهاد الغرام
- يوس نورة

ملاحظة :نرجو منكم وضع علامة(+) في الخانة المختارة وكتابة الاجابة المطلوبة على الأسئلة

السنة الجامعية :2015/2014

المحور الأول : البيانات الشخصية

1. الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐
2. السن : 20-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50 فأكثر ☐
3. المستوى التعليمي : ثانوي ☐ ثانوي +تكوين ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐
4. الوظيفة : طاقم إداري ☐ طاقم طبي ☐ مستخدمين ☐

المحور الثاني :واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية بالمدية *محل الدراسة *

5. هل لدى مؤسستكم خلية الإعلام والاتصال ؟

نعم ☐ لا ☐

6. في حالة الاجابة ب لا من هي الهيئة المكلفة بالاتصال ؟

مكتب الاتصال ☐ السكرتارية ☐

أخرى.☐.....

.....

.....

7. هل هناك اتصال بينك وبين موظفي مكتب الإعلام والاتصال ؟

نعم ☐ لا ☐

8. في حالة الاجابة ب "نعم " هل اتصالكم معهم ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

9. كيف تصلك المعلومة ؟

مذكرات ☐ اجتماعات ☐

ملصقات حائطية ☐ تقارير ☐

أخرى..☐.....

.....

.....

10. هل تحرص إدارة المؤسسة على تعزيز العلاقات العامة بين الموظفين ؟

نعم ☐ لا ☐

11. إذا كانت إجابتك ب" نعم " عن طريق ماذا يتم ذلك ؟

اجتماعات ☐ لقاءات ☐

ندوات ☐ ملصقات ☐

أخرى☐.....

.....

.....

المحور الثالث : مهام ووظائف العلاقات العامة بالمؤسسة الإستشفائية محمد بوضياف بالمدية

12. ماهي الوظائف التي يقوم بها مكتب الاعلام والاتصال حسب رأيك ؟

الاتصال الداخلي ☐ الاتصال الخارجي ☐

الاتصال بوسائل الاعلام ☐ التغطية الاعلامية لنشاطات المستشفى☐

أخرى.☐.....

.....

.....

13. ماهي الأهداف التي يسعى المكتب لتحقيقها حسب رايك؟

تكوين علاقات جيدة بين زملاء العمل ☐ التعريف بالمؤسسة ☐

تبليغ الموظفين بالمستجدات في المستشفى ☐ تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والموظفين ☐

أخرى..☐.....

.....

.....

14. ماهي الوسائل التي يعتمد عليها مكتب الاعلام والاتصال في اداء مهامه ؟

الاتصال الشخصي ☐ الاعلانات الداخلية ☐

الهاتف ☐ المراسلات الادارية ☐

أخرى ☐

.....

.....

.....

15. ماهي الوسائل التي تراها مناسبة لإعلامك بنشاطات المستشفى ؟

محاضرات ☐ ندوات واجتماعات ☐

الاتصال الشخصي ☐

أخرى.☐.....

.....

.....

<u>المحور الرابع :رأي العمال في القائم بالاتصال في المستشفى ؟</u>

16. هل ترى أن مسؤول مكتب الاعلام والاتصال يؤدي دوره كما يجب ؟

نعم ☐ لا ☐ لاأدري ☐

17. في حالة الاجابة ب لا فهل يرجع ذلك إلى ؟

عدم القدرة على الاقناع☐ عدم التحكم في اللغات ☐

عدم القدرة على مواجهة الصعوبات ☐ عدم التحكم في مهارات الاتصال ☐

أخرى...☐.....

.....

.....

.....

18. ما هي الصفات التي ترى ضرورة توفرها في مسؤول مكتب الاعلام والاتصال ؟

التخصص في الاتصال ☐ القدرة على الاتصال ☐

الحيوية والنشاط ☐ روح المبادرة ☐

القدرة على مواجهة الصعوبات ☐

أخرى ☐

.....

.....

19. كيف تصف علاقتك بمسؤول مكتب الاعلام والاتصال ؟

جيدة ☐ حسنة ☐

عادية ☐ سيئة ☐

المحور الخامس : المشاكل والعراقيل

20. ماهي طبيعة النقائص التي تواجه مكتب الاعلام والاتصال في رأيك ؟

مادية ☐ معنوية ☐

21. فيما تتمثل ؟.

.....

.....

.....

...

22. هل تجد صعوبة في تقديم شكواك واقتراحاتك إلى إدارة المستشفى ؟

نعم ☐ لا ☐

23. إذا كانت إجابتك بنعم فإلى ما يرجع هذا ؟

لعد معرفتك بالجهة المعنية بمشكلتك أو مجال اقتراحك ☐

لعدم معرفتك بالوسيلة الممكنة لتبليغها ☐

لعدم ثقتك في جدوى ذلك ☐

أخرى. ☐ .....

.....

.....

.....

24. كيف تتعامل مع المؤسسة أثناء مواجهتك للمشاكل ؟

الاتصال المباشر بمدير المؤسسة ☐ الاتصال الغير مباشر ☐

الوساطة ☐ مكتب الاعلام والاتصال ☐

أخرى ☐

.....

.....

.....

25. بأي طريقة تتلقى الرد من الادارة ؟

استدعاء بالحضور ☐ رد كتابي ☐

أخرى. ☐ .....

.....

.....

26. ماهي اقتراحاتك لتحسين مستوى الاتصال في المستشفى ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع والمصادر

أولا :المعاجم

1. المعجم النقدي لعلم الاجتماع ،ط1 ،1986.
2. دينكل ميشيل : معجم علم الاجتماع ،ط2، دار الطليعة ،د ب،1981.

ثانيا : الكتب باللغة العربية :

1. أحمد بن مرسلي :مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،ط3، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،2003 .
2. أحمد محمد المصري : العلاقات العامة،مؤسسة شباب الجامعة ،الاسكندرية ،2000.
3. إبراهيم القمري :السلوك الإنساني والعلاقات العامة ،دار الجامعة المصرية ،الإسكندرية ،1976.
4. ابراهيم محمد تركي :دراسات في مناهج البحث العلمي ،ط1 ،دار الوفاء الاسكندرية ،2006 .
5. ابراهيم عبد العزيز شيحا :الإدارة العامة ،دار الشباب الجامعة المصرية ،الاسكندرية ،1974.
6. ابراهيم مكي ،بركات عبد العزيز محمد :مدخل إلى علم الاتصال ،منشورات ذات السلاسل ،الكويت ،1920.
7. البدر حمو عبد العزيز :أسس العلاقات العامة،دار العلوم ،الرياض ،2000.
8. بشير العلاق :الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة ،دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ،الأردن ،2009 .
9. جميل أحمد خضر ،العلاقات العامة ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان 1992.
10. حسن حكاك ،نظرية المنظمة ،ط2، دار النهضة للطباعة والنشر ،بيروت ،1986.
11. حسين عبد العزيز رشوان :العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع ،المكتب الجامعي الحديث ،مصر ،2004.
12. حسين ناجي عارف :مبادئ العلاقات العامة ،ط1، دار باف العلمية ،الأردن ،2000.
13. حميد جاعد محسن الدليمي ،اللّافي ادريس عبد القادر ،اساسيات البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ،ط1،دار الكتب الوطنية ،ليبيا ،2008.
14. ربحي مصطفى عليان ،عدنان محمود الطوباسي :الاتصال والعلاقات العامة ،ط1 ،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان ،2005 .

15. سلوى عثمان صديقي ،هناء حافظ بدوي :العملية الاتصالية ، دار الفتح ، الاسكندرية ،2008.
16. سمير محمد حسن :بحوث الاعلام ،دار عالم الكتب ،القاهرة ،2006 .
17. صالح خليل أبو أصبع :العلاقات العامة والاتصال الانساني ،ط1،دار الشروق ،عمان ،دون سنة النشر .
18. عامر مصباح :منهجية البحوث العلمية ،ط1،المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية ،الجزائر ،2005 .
19. عبد الحي محمود حسن :الصحة العامة بين البعدين الاجتماعي والثقافي ،دار المعرفة الجامعية ،القاهرة ،2003 .
20. عبد الرزاق بن حبيب :اقتصاد وتسيير المؤسسة ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2002 .
21. عبد الرزاق محمد الدليمي ،العلاقات العامة :رؤية معاصرة ،ط1،ديوان وائل للنشر والتوزيع ،الأردن ،2001 .
22. عبد المعطي محمد عساف ،محمد فالح صالح :أسس العلاقات العامة ،دار حامد للنشر والتوزيع ،الأردن ،2004 .
23. علي برغوث ،العلاقات العامة :أسس نظرية ومفاهيم عصرية ،معهد البحوث والدراسات العربية ،مصر ،2007 .
24. علي سلمي :تطور الفكر التنظيمي ،دون دار النشر ،الكويت ،1975 .
25. علي عبد الرزاق جلبي :تصميم البحث الاجتماعي ،دار المعرفة الجامعية ،الاسكندرية ،1995 .
26. علي عجوة :العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ،عالم الكتب ،القاهرة ،2001 .
27. عمار الكبيسي :النظرة التكاملية لتطور مفهوم العلاقات العامة وتطبيقاتها ،المنظمة العالمية للعلوم الادارية ،د ب ،1979 .
28. عمار بوحوش ،محمد محود ذنيبات :مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،1995 .
29. غريب عبد السميع :الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ،مؤسسة شباب الجامعة ،الاسكندرية ،1966 .
30. فاطمة عوض صابر ،ميرفت خفاجة :أسس ومبادئ البحث العلمي ،ط1،مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية ،الاسكندرية،2002.

فخر الدين خيري خمس :علم اجتماع الموضوع والمنهج مع التركيز على المجتمع الغربي،ط1،دار

31. مجدلاوي للنشر ،عمان ،1999.

32. فضيل دليو:اتصال المؤسسة ،ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة،2003.

33. كيت ديفيز :السلوك الانساني في العمل_،ترجمة سيد عبد الحميد مرسي ،دار النهضة ،القاهرة ،1974

34. محمد بهجت كشك :العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ،المكتب الجامعى الحديث،الاسكندرية2003.

35. محمد عبد الفتاح محمد:العلاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية :أسس ومبادئ ،المكتب العلمي للكمبيوتر،مصر 1994.

36. محمد عبيدات ،محمد أبو نصار عقله :منهجية البحث العلمي ، ط2، دار وائل للطباعة والنشر

37. ،الأردن)1999،

38. محمد فريد صحن :العلاقات العامة :المبادئ و التطبيق ، الدار الجامعية ،د.ب النشر،1988.

39. محمد محمود مصطفى ،مقدمة في العلاقات العامة ،(كلية الإعلام ،القاهرة)،دون سنة النشر .

40. محمد منير حجاب :العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ،2007.

41. محمد نجيب الصرايرة ،العلاقات العامة الأسس والمبادئ_، مكتبة الرائد العلمية ،الأردن 2001.

42.

43. محمود حسن إسماعيل :مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير ،ط1 ،الدار العالمية للنشر والتوزيع ،الهرم ،2003.

44. محمود سلامة ،محمد غباري :أدوار_الأخصائي الاجتماعي في المجال الطبي ،المكتب الجامعي ،الاسكندرية ،2003. .

45. محمود الشركحلي :إدارة المشاريع الصناعية ،دار الكتاب ،بيروت ،دون سنة النشر.

46. مصطفى حجازي : الاتصال الفعال والعلاقات الانسانية والإدارية ،دار الطليعة ،بيروت ، 1992 ، ص:52.

47. منى ابراهيم بطل :تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة :الشخصية والإدارية ونظم المعلومات ،ط1،د.ن ،د.ب ،د.س.

48. موريس أنجرس :منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية :تدريبات عملية ،ترجمة بوزيد صحراوي ،كمال بوشرف ،سعيد سبعون، ط2،دار القصبة للنشر ،الجزائر ،2013.

49.

50. موسى اللوزي :أسس العلاقات العامة :المفاهيم والأسس،ط1(دار زمزم ناشرون وموزعون،الأردن ،2010 .

51. ناصر دادي عدون : الإتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الإقتصادية :دراسة نظرية وتطبيقية ،دار المحمدية العامة ، الجزائر، 2004.

52. هالة منصور :الاتصال الفعال، المكتبة الجامعية ،الاسكندرية ،2000.

ثالثا :الكتب باللغة الفرنسية :

1. Annie Bartoli , communication et organisation , paris,1991
2. Muccenelie alexe : les sciences de l' information et lacommunication

edition ,2éme revus paris

.

رابعا :الرسائل الجامعية :

1. ابراهيم كرمية :العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية ،(رسالة ماجستير منشورة)جامعة الجزائر

،2005/2004.

2. حسين حماش :واقع العلاقات العامة في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة ،(اطروحة دكتوراه منشورة جامعة الجزائر ،2006/2005.
3. رضا نبايس :واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية ،رسالة دكتوراه منشورة ،جامعة قسنطينة ،2008/2007.

4. عزير رابح سيدهم ،فريحة دماد :الاتصال الداخلي في المؤسسات السياحية ،مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة المدية ،2013 -2014.
5. كلثوم مسعودي :العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية ،رسالة ماجستير منشورة ، جامعة محمد خيضر ،بسكرة،2006
6. محمد محمود العرقوب ،محمد حمودي :دور استراتيجيات الاتصال في طرح منتج جديد ،مذكرة ماستر منشورة ،جامعة المدية ،2014/2013.
7. هشام حليلالي :الاتصال التنظيمي في النوادي الرياضية لكرة القدم ،مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة المدية ،2013-2014.

خامسا:المواقع الإلكترونية :

1) www.wekipedia.com. VB/mountada1 /doc/06/1/2015 a 16:10

سادسا :المقابلات

مقابلة مع السيد يوسف زواوشة ،نائب المدير والمكلف بالاتصال .

مقابلة مع إلهام موايزية ،مسؤولة مكتب الإعلام والاتصال .

الفهرس

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم 01	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	71
جدول رقم 02	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	72
جدول رقم 03	يبين توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	73
جدول رقم 04	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة المهنية	74
جدول رقم 06	يبين الجهة التي تقوم بالاتصال بالموظفين داخل المستشفى في حالة الإجابة ب :لا	75
جدول رقم 07	يبين إذا كان هناك اتصال بين المبحوثين والمكتب	76
جدول رقم 08	يبين كيفية إيصال المعلومة	77
جدول رقم 09	يبين إذا كانت الإدارة حريصة على تعزيز العلاقات بين الموظفين	78
جدول رقم 10	يبين الوظائف التي يقوم بها المكتب حسب رأي المبحوثين.	79
جدول رقم 11	يبين الأهداف التي يسعى المكتب لتحقيقها	80
جدول رقم 12	يبين الوسائل التي يعتمد عليها مكتب الإعلام والاتصال في أداء مهامه	81
جدول رقم 13	يبين الوسائل التي يراها أفراد العينة مناسبة لإعلامهم نشاطات المستشفى	82
جدول رقم 14	يبين ما إذا كان مسئول المكتب يؤدي دوره كما يجب	83
جدول رقم 15	يبين أهم الصفات الضرورية التي يجب توافرها في مسئول مكتب الإعلام والاتصال حسب وجهة نظر المبحوثين	85
جدول رقم 16	يبين علاقة المبحوثين بمسؤول مكتب الاعلام والاتصال	86
جدول رقم 17	يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النقائص التي تواجه المكتب	87
جدول رقم 18	يبين توزيع أفراد العينة حسب مواجهتهم لصعوبات في تقديم شكواهم	88
جدول رقم 19	يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تقديم الشكاوي	89

جدول رقم 20	يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد على الشكاوي	91
جدول رقم 21	يبين توزيع أفراد العينة حسب اقتراحاتهم لتفعيل الاتصال وتحسين العلاقات داخل المستشفى	92

الـفـــــهـــــرس

فهرس العناوين الصفحة

مقدمة.....أ

إشكالية الدراسة 03

تساؤلات الدراسة 04

أسباب اختيار الموضوع 54

أهداف الدراسة 06

أهمية الدراسة 06

تحديد المصطلحات 07

منهج الدراسة 08

أدوات الدراسة 10

مجتمع البحث 12

تحديد العينة 12

نوع الدراسة 13

الدراسات السابقة 14

صعوبات الدراسة 17

تعريف الاتصال 20

أهمية الاتصال 22

وظائف الاتصال 24

أهداف الاتصال 26

خصائص الاتصال 27
وسائل الاتصال 28
تعريف الاتصال المؤسساتي 30
أنواع الاتصال المؤسساتي 31
الشروط الواجب توافرها في الاتصال المؤسساتي الجيد 34
تعريف العلاقات العامة 37
نشأة العلاقات العامة 39
أهمية العلاقات العامة 43
خصائص العلاقات العامة 44
أهداف العلاقات العامة 45
مبادئ العلاقات العامة 46
دور العلاقات العامة 49
وظائف العلاقات العامة 50
برامج العلاقات العامة 51
أنشطة العلاقات العامة 52
أساليب تنظيم العلاقات العامة 53
صفات أخصائي العلاقات العامة 56
تعريف المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف 61
نشأة المؤسسة الاستشفائية 61
تحليل الهيكل التنظيمي.....62

الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة داخل المؤسسة 68

تحليل البيانات 71

خلاصة 93

نتائج الدراسة 94

خاتمة.....97

الملاحق 99

قائمة المراجع 117

فهرس الجداول 123

الفهرس