

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر

- دراسة حالة مديرية الصحة والسكان بولاية المدية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف

أ. د كهيبة علواش

إعداد الطالب:

نذير موساوي

العام الجامعي: 2024 - 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

بداية أشكر الله القدير الذي وفقني لإنجاز هذا البحث

كما أقدم بالغ الشكر والتقدير لأستاذتي الفاضلة

أ. د كهينة علواش

على توجيهاتها المتواصلة ونصائحها القيمة و المفيدة

منذ بداية المشوار باختيار موضوع البحث والى غاية اعداد البحث

في شكله النهائي

وأشكر جزيل الشكر كل أساتذتي الأفاضل أعضاء لجنة التكوين

في الدكتوراه الذين نهلنا من العلم على أيديهم

كما لا يفوتني أن أشكر أعضاء لجنة مناقشة أطروحتي للدكتوراه كل باسمه ومقامه

وأشكر كل مستخدمى مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وعلى رأسهم مدير الصحة

ورئيس مصلحة الموارد البشرية المكلف بالاتصال لمديرية الصحة والسكان بالمدية

السيد موسى حديد

ورئيس مصلحة السكان بمديرية الصحة والسكان بالمدية السيد كراش سليم

وكل مستخدمى المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية

شكرا لكل من كان عوننا لنا في اعداد هذا البحث

اهداء

أهدي هذا العمل ثمرة جهدي واجتهادي
الى والداي اللذين لهما الفضل في تعلمي الأشياء الرائعة
في الحياة الجد والمثابرة
وبفضل دعائهما وفقني الله وسدد خطواتي
الى أبي جيلالي حفظه الله وأمي فاطمة رحمها الله
وأسكنها فسيح جنانه
الى زوجتي وأبنائي عماد الدين ومحمد وكوثر وابتسام
الى أخواتي والى أبناء هن وبناتهن
والى كل العائلة
الى كل أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال
بجامعة الجزائر3 وجامعة المدية وكل جامعات الوطن
وكل أساتذة وطلبة العلوم الطبية والصحية
في كل جامعات الوطن.

نذير

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى البحث في كيفية تفعيل العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية (الجزائر)، بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي، انطلاقاً من التعرف على واقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة ودورها ووظائفها، وإبراز كيفية تفاعلها مع الجمهور. واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة ومنهج المسح الشامل، كما استخدمت أدوات جمع المعلومات المتمثلة في الملاحظة والمقابلة والاستبيان، من خلال إجراء مسح شامل لـ 50 مستخدماً بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية كعينة رئيسية، وعينة إضافية متمثلة في 140 مستخدماً بالمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: وجود علاقة بين اعتماد المديرية على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة ونجاح رسائلها في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها، وهو ما يؤكد أنه بتوفر متطلبات العلاقات العامة الممتازة بالمديرية يتم تفعيل ممارستها بما يعزز أداء دورها ويساهم في تحسين صورتها؛ ووجود علاقة طردية متوسطة بين نجاح الرسائل في ترسيخ انطباع حسن عن المديرية لدى جمهورها وطبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين؛ وهناك علاقة قوية بين اتصال المستخدمين بمسؤول العلاقات العامة وتجاوبه معهم؛ وعدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين اعتبار المستخدم الإنترنت كوسيلة اتصال فعّالة ونجاح الرسائل في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة - نظرية الامتياز - وسائل الاتصال الحديثة - الصورة الذهنية - قطاع الصحة.

Abstract:

This study aims to examine how to activate public relations within the Directorate of Health and Population in Medea (Algeria), in order to contribute to improving its image among its internal and external audiences. This is based on identifying the reality of public relations practice within the institution, its role and functions, and highlighting how it interacts with the public.

The study relied on the case study method and the comprehensive survey method. It also used data collection tools consisting of observation, interviews, and questionnaires, through a full survey of 50 employees at the Directorate of Health and Population of Médéa as the main sample, in addition to a supplementary sample of 140 employees at the Mohamed Boudiaf Hospital in Medea. The study reached a set of findings, the most important of which are:

There is a relationship between the directorate's adoption of a strategy to activate public relations and the success of its messages in establishing a positive image of the institution among its audience, which confirms that when the requirements of excellent public relations are available within the directorate, their practice is activated, thereby enhancing its role and contributing to improving its image; there is a moderate positive relationship between the success of messages in establishing a positive image of the directorate among its audience and the perceived image among users; There is a strong relationship between users' contact with the public relations officer and his responsiveness to them; There is no statistically significant relationship between users' perception of the Internet as an effective communication tool and the success of messages in forming a positive impression of the institution.

Keywords: Public Relations, Excellence Theory, Modern means of communication , Mental Image, Health Sector.

خطة الدراسة

مقدمة:

الجانب المنهجي للدراسة

1- الإشكالية

2- تساؤلات الدراسة

3- الفرضيات

4- أسباب اختيار الموضوع

5- أهمية وأهداف الدراسة

6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

7- مجتمع وعينة الدراسة

8- المجال الزمني والمكاني

9- الدراسات السابقة

10- تحديد المفاهيم والمصطلحات

11- المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة

الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي ونظري

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

المبحث الثاني: أنواع العلاقات العامة

المبحث الثالث: أهمية وأهداف العلاقات العامة

المبحث الرابع: المدخل النظري للعلاقات العامة

الفصل الثاني: ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

المبحث الأول: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة

المبحث الثاني: تنظيم ادارة العلاقات العامة

المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة

المبحث الرابع: المورد البشري للعلاقات العامة

المبحث الخامس: أنشطة العلاقات العامة و برامجها

الفصل الثالث: العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر

المبحث الأول: طبيعة العلاقات العامة اتجاهاتها الحديثة ورؤيتها المعاصرة والصعوبات التي تواجهها في قطاع الصحة العمومية

المبحث الثاني: إدارة العلاقات العامة ومواصفات القائم بها في قطاع الصحة العمومية

المبحث الثالث: وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية

المبحث الرابع: أثر ممارسة العلاقات العامة على الجماهير بالمؤسسات العمومية

المبحث الخامس: دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات

الجانب التطبيقي للدراسة

الفصل الرابع: واقع العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية و كيفية تفعيلها بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي

المبحث الأول: عرض لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية

المبحث الثاني: قراءة وتحليل نتائج الدراسة

المبحث الثالث: تفسير نتائج الدراسة

المبحث الرابع: اختبار مدى صحة فرضيات الدراسة

المبحث الخامس: الاستنتاجات

الخاتمة

التوصيات

مقدمة

نشأت العلاقات العامة بوجود الإنسان، وتطورت مع تطور أنماط حياته منذ ظهور المجتمع البشري، وشكّلت ظاهرة حتمية وُجدت كنتيجةً للتفاعل الاجتماعي بين الإنسان وغيره من أفراد بني جنسه؛ فالإنسان اجتماعي بطبعه، والعلاقات العامة كانت ولا تزال يُلجأ إليها في جميع المجتمعات الحديثة، سواء من قبل الأفراد أم المنظمات. ومع بلوغ هذه العلاقات درجةً كبيرةً من التعقيد، برزت الحاجة إلى دراستها دراسةً علمية، وأصبحت في هذا العصر ضرورةً لأي شخص أو مؤسسة تمارس عملاً يستهدف فئات الجمهور المتنوعة. كما أسهم التطور التكنولوجي في التوسع في استخدام وسائل الإعلام والاتصال في مجال العلاقات العامة الحديثة، وهو ما شجّع المؤسسات على الانفتاح على محيطها الداخلي والخارجي، في ظل حاجة الفرد إلى الاطلاع على المستجدات، وتبادل المزيد من المعلومات مع غيره، في خضم اتساع نطاق العلوم والمعارف والتخصصات، ونمو حجم المنظمات، وزيادة تعاملها مع أعداد هائلة من الجماهير، وارتفاع مستوى وعيها، والاهتمام برفاهيتها.

وسعت العلاقات العامة دوماً إلى مساعدة المنظمات على تقديم خدماتها بأفضل صورة ممكنة، وهي تجد معالمها وتتطور من خلال التكيف مع مختلف مكونات بيئتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية المتسمة بالتغيير. لذلك، كان لزاماً على المؤسسة استكشاف هذه البيئة من خلال قسم خاص بالعلاقات العامة يضمن جهوداً مخططة ومستمرة ومقصودة لتوثيق الصلات مع جمهورها المتنوع، والمحافظة عليه، وخلق صورة طيبة عن المؤسسة.

ويرجع الفضل في النمو السريع للعلاقات العامة، باعتبارها مفهوماً إدارياً وعملاً مؤسسياً، إلى التطورات الحاصلة في المجتمع الحديث، وتزايد قوة الرأي العام، مما جعل العلاقات العامة من أهم العوامل المساهمة في نمو المنظمة وتطورها. كما أسهم التقدم في تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تطوير مجال العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتكاملة ووظائفها، من خلال الاستفادة من خصائصها التقنية، وتوظيفها في تنفيذ مهام العلاقات العامة ووظائفها وتحقيق أهدافها. ومن ثم، برزت العلاقات العامة الإلكترونية لتظهر استعادة المنظمات الخدماتية والإنتاجية من مزايا الاتصال والإعلام الرقمي لتحقيق أهدافها الاتصالية وإدارة علاقتها مع جمهورها.

ونظراً لكون القطاع الصحي أحد القطاعات الحساسة والحيوية، ولكون الأفراد ركيزة تنمية الأمم وتقدمها وازدهارها، فقد اكتسب المجال الصحي أهميةً بالغةً في السنوات الأخيرة، نتيجةً للاهتمام المتزايد بهذا القطاع. كما أن ما شهدته دول العالم، بما فيها الجزائر، من أزمات مستعصية، كجائحة كورونا، والأزمات الجيوسياسية وما خلفته من انعكاسات على مجالات الطاقة والغذاء والماء، إضافةً إلى التغيرات

المناخية والاحتباس الحراري، وما ترتب على ذلك من آثار حادة على صحة الأفراد، قد شكّل تهديدًا للأمن الصحي والاقتصادي والاستقرار الاجتماعي على المستوى العالمي.

ومن خلال هذه الأزمات، أدرك القائمون على الشأن الصحي العام أهمية تضافر الجهود، وتنسيقها، وتعزيز التعاون والتآزر، وإشراك المواطن عبر التواصل معه بمختلف وسائل الاتصال المتاحة، ليكون عنصرًا أساسيًا وفعالًا في تنفيذ الاستراتيجيات الصحية الوطنية، من خلال التزامه الأفراد بمختلف التدابير الصحية الوقائية، والتوجيهات والإرشادات الطبية المناسبة، بما يسهم في الحد من انعكاسات هذه الأزمات والخروج منها بأقل الأضرار، بل والاستفادة من مخرجاتها لاستشراف سبل تجنبها والحد من آثارها مستقبلاً.

كما أصبح من الضروري، من جهة أخرى، تبني أنماط ونماذج حديثة للاستفادة من التطورات الحاصلة في مختلف المجالات، والتي أسهمت في تطوير المؤسسة العمومية بصفة عامة، والمؤسسة الصحية بصفة خاصة، لا سيما في الجوانب التنظيمية والاتصالية والإعلامية والإدارية والتسويقية والاجتماعية. ولعل من أبرز هذه المجالات مجال العلاقات العامة، الذي ارتبط بمفهوم الإدارة الحديثة وأسهم في تعزيز فعالية المؤسسات وتحسين أدائها.

وتعتمد العلاقات العامة أساسًا على مراعاة نشاط المؤسسة وتكيفه مع بيئتها وجمهورها، من خلال خلق صلات طيبة بين المؤسسة وجمهورها، انطلاقًا من تفعيل العملية الاتصالية خدمةً لأهدافها، وتوطيد قيم التعاون والتآزر، وتعزيز انتماء المستخدمين للمؤسسة؛ بما يسهم في تحسين أداء الخدمة الصحية وترقية الصحة العامة، ويترك لدى الجمهور انطباعًا جيدًا وصورةً حسنةً عن المؤسسة ومختلف الجهود التي تبذلها الأطقم الطبية والإدارية والتقنية. ويمكن الإشارة إلى أن الدكتور حسن صالح سليمان القضاة ذكر في كتابه "إدارة العلاقات العامة: مدخل في إدارة المستشفيات والخدمات الصحية" تعريفًا للعلاقات العامة ضمن التعريفات التي قدمها بعض الباحثين والمتعلقة بالمؤسسات الاجتماعية، ومنها المؤسسات الصحية، حيث عرّفها بأنها: "فلسفة اجتماعية للإدارة تُعبّر عنها في شكل سياسات وأعمال تهدف إلى ضمان الثقة والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها، باستخدام الاتصال ذي الاتجاهين بين الطرفين".

بالنظر إلى ما سبق ذكره، ولاتساع استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال من قبل الأفراد والجماعات والمؤسسات في الدول العربية، ومنها الجزائر، أثناء أزمة وباء كورونا وما بعدها، وما ترتب عن ذلك من انعكاسات إيجابية على ممارسة نشاط العلاقات العامة في المؤسسات، فقد فرضت هذه

التكنولوجيات حضورها في ظل التدابير الصحية الوقائية التي اتخذتها السلطات المختصة. كما سعت إلى تنظيم فضاءات تقديم الخدمة الصحية العمومية من خلال تحسين استقبال جمهور المؤسسة، وتوطيد التواصل معه عبر تنويع قنوات الاتصال، مع التركيز على الوسائل الحديثة، بهدف تنشيط دور العلاقات العامة داخل المؤسسة. وقد تجسد ذلك في إطلاق العديد من المنصات الرقمية، مما أتاح المجال أمام بروز العلاقات العامة الرقمية التي تستهدف شرائح واسعة من جمهور المؤسسة.

وسعى القائمون على القطاع إلى الإسهام في خلق بيئة اتصالية صحية تتسم بفعالية الاتصال مع جماهير المؤسسة، بما يحقق أهدافها، انطلاقاً من تحسين ظروف العمل لفائدة مستخدمي القطاع، وصولاً إلى التكفل الأمثل بمواطني الولاية من خلال تمكينهم من الحصول على خدمة صحية ذات جودة عالية، وفق المعايير الدولية، وامتثالاً لتوصيات وزارة الصحة. وعلى النهج نفسه، تبنت وزارة الصحة مشروع رقمنة القطاع الصحي، الذي جُيّد من خلال رقمنة الملف الطبي للمريض، وإنشاء منصات رقمية متعددة أطلقتها الوزارة، إلى جانب اعتمادها إصلاحات شملت مجال الإعلام والاتصال، وذلك بالتركيز على ورشة الإعلام باعتبارها أحد محاور إصلاح وتجديد المنظومة الصحية.

وهذا ما جعلنا نعتمد نظرية الامتياز في العلاقات العامة باعتبارها خلفية نظرية علمية، والمدخل الاتصالي مدخلاً للدراسة، من خلال بحث واقع ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان لولاية المدية، وكيفية تفعيلها بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي. وهذا من خلال استكشاف مدى توافر شروط تطبيق العلاقات العامة الممتازة بالمديرية، بدءاً من التعرف على مدى تطبيق نموذج الاتصال المتوازن في اتجاهين في مديريةية الصحة والسكان لولاية المدية، وصولاً إلى استخلاص النتائج وتقديم مقترحات تساهم في تفعيل العلاقات العامة بها.

ولمعالجة هذا الموضوع، تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة جوانب أساسية؛ يتمثل الجانب الأول في الجانب المنهجي، الذي تضمن مختلف الخطوات المنهجية المعتمدة في إنجاز الدراسة الأكاديمية. أما الجانب الثاني، فهو الجانب النظري، وقد اشتمل على ثلاثة فصول؛ تناول الفصل الأول المدخل المفاهيمي والنظري للعلاقات العامة، في حين أبرز الفصل الثاني ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية، أما الفصل الثالث فقد تناول العلاقات العامة في المؤسسات الصحية في الجزائر. وتمثل الجانب الثالث في الجانب التطبيقي، حيث خصص الفصل الرابع للدراسة الميدانية لواقع العلاقات العامة في مديريةية الصحة والسكان بولاية المدية، وكيفية تفعيلها بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي، وذلك من خلال تقديم بطاقة فنية عن المديرية، ثم عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها، وصولاً إلى استخلاص النتائج وتقديم مجموعة من الاقتراحات في هذا المجال.

الجانب المنهجي

جاءت هذه الدراسة في سياق الجهود الوطنية المبذولة للارتقاء بقطاع الصحة العمومية في الجزائر، وتحسين أداء المؤسسات الصحية التابعة له، وذلك بالتزامن مع الأزمة الصحية لوباء كورونا، في وقت يتم تصنيف البحوث في مجال الصحة ضمن المحاور الأساسية التي أولتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي أهمية كبيرة. وانطلاقاً من طبيعة ممارسة العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية، التي قد تختلف باختلاف ما يمتلكه القائم بالعلاقات العامة من قدرات ومهارات اتصالية وكفاءة وظيفية، ويمكن أن تترسخ وتتوطد بإدراك المسؤول الأول عن المؤسسة لأهميتها ودورها في تحقيق أهدافها. ومتى حظيت بمكانة لائقة بها ضمن المستويات الإدارية للمؤسسة (الإدارة العليا، أو الإدارة الوسطى، أو الإدارة الدنيا)، بما يتيح لها أداء وظائفها المختلفة وتنفيذ برامجها وأنشطتها.

فنشأت المؤسسات الصحية تلبية لحاجات وأهداف المجتمع ومنها مديرية الصحة والسكان إحدى هذه المؤسسات التي تعمل على الاستجابة لحاجات الأفراد والجماعات في الحصول على رعاية صحية تمكنهم من العيش بصحة وعافية. رغم التحديات كضرورة مواكبة الخدمة الصحية العمومية في الجزائر للتطورات الحاصلة وتوفير خدمة صحية تتناسب مع النمو الديموغرافي الكبير، وعدم وجود توزيع مناسب للمرافق الصحية، ما أدى إلى اكتظاظها، هذا ما جعل المواطن يأخذ صورة ذهنية عن المؤسسة قد لا تعكس الجهود المبذولة من طرف الأطقم الطبية والقائمين على شؤونها، ما تطلب ضرورة تحسين الأداء داخل المؤسسات الصحية، عن طريق التكوين والتنظيم الجيد وتدعيم الخريطة الصحية بهياكل صحية جديدة، مع إبراز انجازاتها الصحية ومجهوداتها الطبية والجراحية والوقائية، من خلال الترويج لها عبر أنشطة العلاقات العامة بالاتصال المباشر مع الجمهور أو عبر قنوات الاتصال ووسائطها الحديثة، مما يسهم في تحسين صورتها لدى المواطن.

كما أن طبيعة هذا العصر، الذي يشوبه بروز العديد من الأزمات الحادة والمستعصية التي لا تحصرها الحدود الوطنية وتلقي بوطأتها على كل شعوب العالم، مثلما حصل مع الأزمة الصحية لوباء كورونا، وما خلفته من انعكاسات على جميع جوانب الحياة البشرية : الصحية، الاجتماعية، الاقتصادية، الصناعية، التجارية، السياسية، الثقافية ، الدينية وغيرها، ما أثر بشكل مباشر أو غير مباشر على صحة

الشعوب في مختلف بلدان العالم. وجعل المؤسسات الصحية في حاجة الى معلومات صحيحة عن الحاجات الصحية لمختلف فئات جمهورها المتنوع ومواكبة ما يحدث في بيئتها، هذا ما استدعى ضرورة الاعتماد على جهاز للعلاقات العامة. كونه يمكن المؤسسة من التكيف مع بيئتها في الحاضر، ويعمل على استشراف مستقبل قطاع الصحة العمومية، والتعريف بطموحاته والتنبؤ بأفاقه في المستقبل، ووضع استراتيجيات لتفادي الوقوع في الأزمات، مع اقتراح الحلول الناجعة لمعالجتها، خاصة في ظل انفتاح المؤسسات على محيطها الداخلي والخارجي. فالعلاقات العامة تجد معالمها و تبرز تطورها من خلال الانفتاح على مختلف مكونات بيئتها المتغيرة، و باستكشاف المؤسسة لمختلف جوانب بيئتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وحاجات جمهورها الداخلي والخارجي.

ونظرا لطبيعة وأهمية الاستخدام الواسع لوسائل الإعلام والاتصال الحديثة ومختلف وسائطها التي تتسم بالأنية وسرعة تناقل الخبر ونشره في نطاق واسع والقدرة على التفاعل معه، أدركت مؤسسات الدولة الجزائرية ومن ضمنها المؤسسات الصحية أهميتها الكبيرة خصوصا بعد ما واجهته من أزمات. ما جعلنا نعتمد نظرية الامتياز في العلاقات العامة كخلفية نظرية للدراسة، و هذا من خلال دراسة واقع العلاقات العامة انطلاقا من فحص طبيعة ممارستها في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية، ودورها لمعرفة كيفية تفعيلها وصولا الى استنتاجات حول تفعيل حقيقي للعلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية من خلال اقتراح تطبيق العلاقات العامة الممتازة بالمديرية، بتوفير متطلبات ممارستها والتي أحد ركائزها تطبيق نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه، وهو ما قد ينعكس بالإيجاب على علاقة المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي.

ولكون تفعيل العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية أمرا حيويا لاستمرار نشاطها ومحور ارتكاز لنجاح أهدافها وتحسين صورتها لدى جمهورها، جعلنا نطرح الإشكالية التالية:

ما واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيف يمكن تفعيلها بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

2-التساؤلات:

- 1- ما أهمية العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية؟
 - 2- كيف تمارس العلاقات العامة في مديرية الصحة وما الوسائل والقنوات المستخدمة لذلك؟
 - 3- إلى أي مدى تعتمد المديرية على إستراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة؟
 - ما أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي؟
 - أي دور تلعبه العلاقات العامة في مواجهة الأزمات الصحية في المديرية؟
- 3- فرضيات الدراسة:**

الفرضية الأولى:

- كلما توافرت متطلبات العلاقات العامة الممتازة بمديرية الصحة والسكان بالمدية، زاد تفعيل ممارستها بما يعزز أداء دورها ويحسن صورتها لدى جمهورها.

الفرضية الثانية:

- هناك علاقة ايجابية بين استخدام مسؤول العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية لوسائل الاتصال الحديثة ومدى تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

4- أسباب اختيار الموضوع:

دفعت الباحث لدراسة هذا الموضوع جملة من الأسباب الذاتية والموضوعية.

أ- الأسباب الموضوعية:

- كون مجال العلاقات العامة في الوسط الصحي شملته تغيرات سريعة مع توسع نشاط المؤسسات الصحية ورقمنتها مما يستدعي الدراسة وخاصة في ظل قلة الدراسات التطبيقية الميدانية في هذا المجال في قطاع الصحة العمومية.

- واقع القطاع الصحي الحساس، الذي على الرغم من مساعي الوزارة الوصية لتحسين الخدمة الصحية العمومية بإنشاء مرافق صحية عبر ربوع الوطن، إلا أن الخدمة الصحية في الجزائر لا زالت يميزها مظاهر الاكتظاظ والانتظار، التي ترجع إلى أسباب بشرية كالتقص من حيث العدد والتخصص، والمادية كتوفر الوسائل المادية والتنظيمية. كما أن النمو الديموغرافي السريع وتركز السكان في المدن الكبرى ينعكسان على جودة أداء الخدمة الصحية ما يستدعي السهر على توفير متطلبات تحسينها والعمل على ربط الصلات بين المؤسسة الصحية العمومية ومحيطها الاجتماعي والاقتصادي.

الجانب المنهجي

- إضافة رصيد معرفي من شأنه أن يثري المكتبة الجامعية والوطنية بمثل هذه الدراسات التي تستدعي التعمق في البحث.

- إعطاء دفعة للنهوض بممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية.

ب- الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي بدراسة مثل هذا النوع من المواضيع كونه يندرج ضمن تخصص الباحث ومحاولة التوسع أكثر لمعرفة واقع الممارسة والاسهام في تطويرها بالنسبة للقائمين بالعلاقات العامة في المؤسسات العمومية، وكون الباحث موظف سابق بإحدى خلايا الاعلام والاتصال الجامعية (بجامعة المدية) وموظف سابق بمستشفى مجد بوضياف بالمدية. من خلال رؤية الباحث لضرورة تفعيل العلاقات العامة والاستخدام الأمثل لوسائل الاتصال مع تبني استراتيجيات من شأنها النهوض بقطاع الصحة العمومية بوجه عام وبمديرية الصحة والسكان بولاية المدية على وجه الخصوص.

5- أهمية الدراسة وأهدافها:

أ- أهمية الدراسة:

تكمن في تناولها لموضوع العلاقات العامة في أحد القطاعات الحساسة في البلاد أي قطاع الصحة العمومية، ودورها الفعال في تحقيق أهداف المؤسسة الحديثة وأهداف المجتمع في المجال الصحي، مما يجعل البحث في العلاقة بين كيفية تفعيل دورها في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وتحسين صورتها لدى جمهور المؤسسة يكتسي أهمية بالغة للوصول إلى استنتاجات وتوصيات في هذا الشأن.

ب- أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى البحث في كيفية تفعيل دور العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية والتعرف على أهميتها وكيفية ممارستها ومدى اعتمادها على استراتيجية قطاعية لتفعيلها.

- تهدف الدراسة أيضا إلى بحث أهم وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة بالمديرية (الصحة والسكان) والسعي لبحث أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورتها لدى جمهورها ودورها في مواجهة الأزمات.

6- المنهج وأدوات الدراسة:

أ- المنهج:

كل دراسة تعتمد على منهج وعرفه موريس أنجر على أنه هو مجموعة الاجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول الى نتيجة¹ ومن المناهج المستخدمة في بحوث علوم الإعلام والاتصال منهج دراسة حالة.

وهو دراسة متعمقة لحالة فردية معينة، بغض النظر عن طبيعة هذه الحالة، سواءا كانت فردا أو جماعة، أو هيئة سياسية أو اقتصادية أو مؤسسة إعلامية... الخ.²

وهو منهج قائم بذاته يتضمن خطوات بحثية محددة ترسم بدقة الطريق الموصل إلى الغرض العلمي المطلوب في إطار توظيف العديد من الأدوات البحثية مثل الملاحظة والمقابلة والاستبيان وتحليل المضمون.³

إن الخطوات البحثية لتطبيق المنهج هي نفسها الخطوات البحثية لأي منهج آخر تبدأ بتحديد جيد لإشكالية الحالة المبحوثة.

اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على منهج دراسة حالة، وذلك بدراسة حالة مديرية الصحة والسكان بولاية المدية في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى جوان 2024 وذلك بالوصف والتحليل للوصول إلى النتائج.

- وجاء اختيار هذا المنهج لانسجامه وملائمته مع طبيعة الدراسة الوصفية التحليلية، وطبيعة الفرضيات المقترحة وذلك من أجل الحصول على المعلومات المستخدمة في تحليل أبعاد الدراسة المرتبطة بمعرفة كيفية تفعيل العلاقات العامة في المديرية بما يعزز دورها ويساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها، وذلك بالبحث في أهم الأدوار والوظائف التي تناط بعمل إدارة العلاقات العامة بالمديرية وواقع ممارستها لقياس مؤشرات عديدة تمكنا من فهم الأبعاد الدالة على طبيعة العلاقة التي توطنها بين إدارة المؤسسة و جمهورها الداخلي والخارجي.

¹ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2007، ص 282

² نفس المرجع: ص 302.

³ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 301.

- كما اعتمدت الدراسة أيضا على منهج المسح الشامل لكل مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية ويعرف المنهج المسحي بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية، غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك¹

ويعرف في اللغة الفرنسية بـ: Méthode d'enquête أي منهج التحقيق العلمي، يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال بحث شواهد والتجارب والوثائق المكون لوضعه الطبيعي، لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود.²

وتتجز الدراسات المسحية من خلال جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المبحوثة. كما هي في الواقع، بغرض التعرف على طبيعة وواقع هذه الظاهرة ومعرفة جوانب القوة والضعف فيها، من أجل التوصل الى تصور قد يقود الى احداث تغيير جزئي أو جذري على الظاهرة، وهذا النوع من الدراسات ليس قاصرا على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة موضوع البحث، بل يتعدى ذلك الى التوصل الى مبادئ وقوانين عامة في المعرفة³

وهذا ما يجعل هذا المنهج مناسب للدراسات الوصفية التحليلية، فهو يفيد في جمع البيانات عن الظاهرة المدروسة، والكشف عن الحقائق من خلال وصف وتحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها من أفراد مجتمع البحث، عن طريق أدوات الاستمارة والمقابلات الميدانية.

ب- أدوات جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الملاحظة كأداة أولية في البحث ثم الاستمارة كأداة رئيسية ثم تليها المقابلة كأداة مكملة.

¹ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، 286.

² نفس المرجع، ص 286.

³ فارس رشيد البياني: الحاوي في مناهج البحث العلمي، ط1، دار السواقي العلمية، الأردن، 2018، ص92.

1- الملاحظة:

تعريفها لغويا: إن الملاحظة مشتقة من الفعل الثلاثي لحظ وهي تعني في اللغة العربية النظر إلى الشيء.

أما الملاحظة في البحث العلمي، فهي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومنه التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية.¹

- تم توظيفنا للملاحظة العلمية باستخدام الملاحظة دون مشاركة ولمدة شهر كامل بشكل يومي و لمدة 10 دقائق لكل سلوك أو ممارسة متعلقة بالعلاقات العامة، وباستخدام مؤشرات مكانية و سلوكية إضافة الى اختيار توقيت محدد لإجراء ملاحظة مباشرة² بمديرية الصحة والسكان بالمدينة بالقيام بملاحظة كيفية الاتصال و التنسيق بين مصالح مديرية الصحة ونوعية الوسائل الاتصالية المستخدمة في أعمال الادارة الروتينية والمستخدم في مجال العلاقات العامة و قمنا بحضور اجتماع تنسيقي بين ممثلي مديرية الصحة وممثلي المؤسسات الصحية على المستوى الولائي وممثلي مديرية التربية في إطار مرافقة التلاميذ أثناء الامتحانات الوطنية اذ لاحظنا كيفية الاتصال أثناء الاجتماع وطبيعة التنسيق و أهميته لتحقيق أهداف التي تصبوا إليها مديرية الصحة على المستوى المحلي.

- كما قمنا بمتابعة و ملاحظة كيفية ممارسة العلاقات العامة وأداء دورها و الوظائف المناطة بها وأنشطة العلاقات العامة الاتصالية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية، التي تنظمها لجمهورها الداخلي والخارجي، وملاحظة كيف يتم اتصال اطارات المديرية عبر مختلف تقنيات الاتصال، ولعل أبرزها الاجتماعات ومن بينها عبر تقنية التحاضر عن بعد، مع نظراءهم من مختلف مديريات الصحة عبر الوطن أو مع مدراء عامون مركزيون بالوزارة أو في اطار تكوين الأطباء ومستخدمي الصحة العمومية وكذا الاتصال بين الموظفين بالمديرية في اطار العلاقات العامة الرقمية والتي جعلت من العلاقات العامة حلقة وصل رقمية أسهمت في المحافظة على روابط قوية بين المؤسسة وجمهورها الداخلي بفضل تعزيز الفهم المشترك والمتبادل وتكريس مناخ يسوده التعاون والتفاهم لأداء العمل و روح الانتماء للمؤسسة.

¹ فارس رشيد البياني: المرجع سبق ذكره، ص 203.

² أنظر الملحق رقم 3 يبين جدول الملاحظة قام بها الباحث حول واقع العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها لتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي من اعداده الباحث.

كما أسهمت في توطيد العلاقة بجمهورها الخارجي من خلال تمكينه من الطلاع على ما يهيمه من معلومات، وتزويده بمستجدات وانجازات المديرية والمؤسسات الصحية التابعة لها.

وقمنا بمتابعة كل ما ينشر عبر الصحف أو يبث عبر الاذاعة والتلفزيون ومختلف الوسائط الاتصالية بما فيها مواقع الالكترونية للصحف، وغيرها من الصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- ملاحظة أنواع الاتصال وأساليبه والمكاتب المخصصة لذلك اذ يوجد مكلف بالاتصال بالمديرية وهو من بين اطاراتها، مكلف بالشؤون الاتصالية وهو رئيس مصلحة موارد البشرية والشؤون القانونية ولاحظنا توفير المديرية لقاعة انتظار خاصة بالزوار، ومكتب التنظيم والتوجيه لاستقبال وتسجيل البريد الوارد والصادر ومكتب خلية الإعلام الالي مكلف بالإعلام الالكتروني، من خلال متابعة البريد الالكتروني للمديرية والصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية على مواقع التواصل الاجتماعي و الإشراف على موقع الالكتروني للمديرية، هذا الأخير الذي لاحظنا عدم تحيينه بشكل دوري و الاعتماد بشكل كبير على الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية " فايسبوك "، وتخصيص ادارة المديرية يوم لاستقبال المواطنين وموظفي القطاع وتوفير سجل لاستقبال الشكاوى.

- وحضرنا عديد الفعاليات و الأنشطة التي نظمت تحت اشراف مديرية الصحة و السكان بالمدية كبعض الندوات العلمية والملتقيات الوطنية والأيام التكوينية لفائدة مستخدمي المؤسسات الاستشفائية والصحية ولاحظنا عن قرب طبيعة العلاقات العامة وممارستها عبر هذه الأنشطة وتابعا تغطيتها الاعلامية عبر مختلف الوسائل الاعلام المكتوبة والسمعية البصرية، كالإذاعة والتلفزيون. كما تابعا الكثير من النشاطات والفعاليات التي أشرفت عليها أو نظمتها مديرية الصحة والسكان بالمدية عبر الوسائط الاتصالية الالكترونية المختلفة وأبرزها الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية " فايسبوك".

2-الاستمارة:

هي تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.¹

¹ (أحمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره، ص 203.

الجانب المنهجي

تتضمن الاستمارة كل محاور الدراسة، ليتم طرحها في شكل أسئلة، للوقوف على المؤشرات التي تفيدنا في دراستنا، للتعرف على واقع العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها انطلاقاً من التعرف على مدى أهميتها بالنسبة للإدارة العليا للمديرية، وواقع ممارستها والوظائف المناطة بها ووسائل وقنوات الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة وفعاليتها في تحقيق الأثر المرجو من العلاقات العامة من خلال ترسيخ صورة طيبة عن المديرية. وعن المؤسسات التابع لها بقطاع الصحة والتعرف على مساهمة الوسائل التكنولوجية للاتصال والإعلام في تحقيق ذلك، و دورها في مواجهة الأزمات للوصول إلى السبيل الأمثل لتفعيل دور العلاقات العامة بالمديرية.

- بعد موافقة الأستاذة المشرفة المبدئية على الاستمارة الاستبائية قمت بتقديمها للتحكيم لدى أساتذة محكمين و هم: الأستاذة الدكتورة فطومة بن مكي و الدكتورة زهرة بريك الأستاذة الدكتورة حنان شعبان من جامعة الجزائر3 و الدكتور جمال بوشاقور أستاذ بالمدرسة العليا للصحافة والاعلام (الجزائر).

وبعد تعديل الاستمارة قمت بتوزيع الاستمارة على عينة تجريبية تقدر ب: 10% من عينة الدراسة (مكونة من 50 مستخدم) أي توزيع 5 استمارات على موظفي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لمعرفة مدى دقة الأسئلة ومدى قدرة الباحثين على الاجابة عليها، حتى تحقق الغرض منها أي جمع المعلومات حول موضوع الدراسة.

ثم تم توزيع واستعادة 50 استمارة مملأها كل مستخدمي المديرية بمختلف مستوياتهم المهنية أي المسح الشامل لكل مستخدمي الفعليين لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية. فيما 6 من صنف الأطباء وجراحي الأسنان هم تابعين للمفتشية الجهوية ولها ادارتها الخاصة بها حسب رئيس مصلحة الموارد البشرية بالمديرية.

إضافة الى توزيع 140 استمارة على عينة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية وشملت مستخدمي الدوام العادي والمناوبين في مختلف المصالح الإدارية والصحية: عمال، موظفين اداريين، أطباء ومستخدمين شبه طبيين، تمثلت الصعوبة في انشغال المستخدمين (الأطباء والشبه الطبي) بالعمل، ومع هذا قاموا بتخصيص وقت بسيط لمملأها في وقت الراحة، و تم استرجاعها كلها.

الجانب المنهجي

والغرض من ذلك التعرف على أثر ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لكون هذا الأثر لا يمكن قياسه في نظرنا الا بالنزول الى ميدان الممارسة بالمؤسسات الصحية الاستشفائية أو الجوارية وهو ما جعلنا نختار المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية، وهو أحد المؤسسات الصحية 13 التابعة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية، من بينهم 6 مؤسسات الاستشفائية و7 مؤسسات صحية جوارية التابعة لها. وبعد استرجاع كل الاستمارات تم تفرغها بالاستعانة بنظام الاحصائي SPSS، للحصول على نتائج الدراسة، تحليلها وتفسيرها.

ومجتمع الدراسة هنا هو مستخدمي القطاع الصحي على مستوى المؤسسة لكوننا في صدد دراسة العلاقات العامة في قطاع الصحة في الجزائر وهو ما تطلب دراسة العلاقات العامة على مستوى القطاع الصحي بدراسة حالة مديرية الصحة والسكان المشرفة على النشاط الصحي على مستوى الولاية، وتطلب منا الالمام بواقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان، وتوسيع الدراسة بإضافة عينة من أحد المؤسسات الصحية التابعة لها وهي مؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بولاية المدية.

- وتضمنت أسئلة الاستمارة مزيج من الأسئلة المغلقة والمفتوحة.
- عدد الأسئلة الكلي في الاستمارة الموجهة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان بالمدية 25 سؤال.
- معيار قياس الاجابات نعم/لا، أهمية كبيرة/أهمية متوسطة/أهمية بسيطة، جيد/ حسن/سيء/لم يتجاوب اطلاقا. ذات كفاءة عالية/ ذات كفاءة حسنة/ذات كفاءة متوسطة/ضعيفة، جيد/متوسط/ضعيف، ايجابية/سلبية، بطريقة يقظة/غير يقظة، بطريقة منظمة/غير منظمة، سهولة الاتصال/صعوبة الاتصال، بطريقة منسقة/غير منسقة، دقة المعلومة/معلومة غير دقيقة، سرعة اتخاذ القرار المناسب/بطئ اتخاذ القرار المناسب، سرعة تنفيذ الاجراءات المناسبة/بطئ تنفيذ الاجراءات المناسبة. وهناك أسئلة لها اجابة ذات الخيارات المتعددة وأسئلة ذات الخيار الوحيد.
- عدد الأسئلة الكلي في الاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية 25 سؤال.

وتم تصميم الاستمارة من خلال تضمينها جزئان اثنان هما:

الجانب المنهجي

الجزء الأول: اذ تناول البيانات الشخصية للمبحوث من خلال أسئلة مغلقة ذات الخيار الوحيد المتعلق بـ: السن، الجنس، المستوى التعليمي، الوظيفة، الأقدمية.

الجزء الثاني: البيانات العامة، شملت خمس محاور تضمنت كل منها عديد الأنواع من الأسئلة منها أسئلة مغلقة أو شبه مغلقة أو أسئلة مفتوحة أو أسئلة ترتيبية حيث يطلب من المبحوث ترتيب الاختيارات أو أسئلة ذات الخيار الوحيد أو أسئلة متعددة الخيارات و سنتطرق اليها فيما يلي:

• **المحور الأول** ويتكون من ست أسئلة تتعلق بأهمية العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية،

مرقمة من س1 الى س6. (بالنسبة للاستمارة الموجهة للمديرية)

مثال: س2: هل تولي الإدارة العليا لمديرية الصحة أهمية للاتصال والعلاقات العامة؟

ومرقمة من س1 الى س6. (بالنسبة للاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية)

أمثلة:

س2: هل تولي الإدارة العليا لمديرية الصحة أهمية للاتصال والعلاقات العامة؟

س3: في حال الإجابة بنعم، حدد درجة هذه الأهمية

• **المحور الثاني** ويتكون من مجموعة من الأسئلة تتعلق بممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة في قطاع الصحة العمومية وهي مرقمة من س7 الى س14. (بالنسبة للاستمارة الموجهة لمستخدمي المديرية)

أمثلة:

س13: هل يجري القائمون بالعلاقات العامة سبر آراء؟

ومرقمة من س7 الى س14. (بالنسبة للاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية)

س8: ما رأيك في المهارات الاتصالية التي يتسم بها

- **المحور الثالث** ويتكون من مجموعة من الأسئلة تتعلق بوسائل وقنوات الاتصال المستخدمة من طرف المؤسسات الصحية في مجال العلاقات العامة وهي مرقمة من س15 الى س17 بالنسبة للاستمارة الموجهة للمديرية.

أمثلة:

س15: حدد بالترتيب وسائل الاتصال التي تحصل منها على الأخبار والمعلومات؟

و مرقمة من س15 الى س17 بالنسبة للاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة.

س17: بالنسبة إليك ماهي وسائل الاتصال الأكثر فاعلية؟ رتبها

- **المحور الرابع** ويشمل أربع أسئلة تخص أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها وهي مرقمة من س18 الى س21 بالنسبة للاستمارة الموجهة لمديرية الصحة والسكان بالمدينة.

أمثلة:

س20: ماهي طبيعة صورة المؤسسة التي ترسخت لديك؟

و مرقمة من س18 الى س21 بالنسبة للاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة.

س19: هل نجحت هذه الرسائل الاتصالية في تحقيق هدفها بترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى

جمهورها الخارجي؟

- في حال الإجابة بنعم: بما ترتبط هذه الصورة المترسخة؟ (يمكن إختيار أكثر من إجابة واحدة)

- **المحور الخامس** ويضم أربع أسئلة تخص الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في مواجهة الأزمات بالمؤسسة وهي مرقمة من س22 الى س 25 بالنسبة للاستمارة الموجهة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية

أمثلة:

س23: حدد مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة لمواجهة الأزمة الصحية لوباء كورونا؟

و مرقمة كذلك من س22 الى س 25 بالنسبة للاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية.

س24: هل تتبنى المديرية إستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات؟

كما قمنا باختبار صدق وثبات أداة الاستمارة كما يلي:

أ- اختبار الصدق:

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري اذ يبين مدى اتفاق الأساتذة المحكمين على أن الاستمارة تكون صالحة لتحقيق أهداف البحث. اذ لجأ الباحث الى تقديم الاستمارة الأولية للتحكيم لدى 6 أساتذة تم الرد المكتوب من قبل أربعة أساتذة واعتذر اثنين. وهم 03 أساتذة من كلية علوم الاعلام والاتصال لجامعة الجزائر3 وأستاذ من المدرسة العليا للصحافة والاعلام بالجزائر العاصمة وبالتالي تم تحكيم الاستمارة فعليا من قبل أربع أساتذة محكمين اذ أشار المحكمين الذين جرى عرض الاستمارة عليهم صلاحية الاستمارة للتطبيق وأنها تقيس بالفعل ما يود الباحث جمع معلومات عنه وتمكن من التحقق من صحة الفرضيات وكانت نسبة الاتفاق الأساتذة على أسئلة الاستمارة نسبة (88 %) وهي نسبة جيدة.

وتم احتساب الصدق الظاهري وفق المعادلة الآتية:

الجانب المنهجي

$$\text{الصدق} = \frac{\text{مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين}}{\text{المجموع الكلي}} \times 100 = 100 \times \frac{22}{25}$$

$$\text{الصدق} = 100 \times \frac{22}{25} = 88\%$$

الجدول رقم (1): يبين قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

اسم ولقب الأستاذ (ة)	الرتبة	مؤسسة الانتماء
فطومة بن مكي	الأستاذة الدكتورة	جامعة الجزائر 3
زهرة بريك	دكتورة	جامعة الجزائر 3
حنان شعبان	الأستاذة الدكتورة	جامعة الجزائر 3
جمال بوشاقور	دكتور	المدرسة العليا للصحافة والاعلام

ب- الثبات:

تم توزيع 05 استمارات ولوحظ ثبات الاجابات وعدم وجود غموض أو صعوبة لدى مستخدمي مديرية الصحة والسكان للإجابة على أسئلة الاستمارة.

ثم ليتم بعدها استكمال توزيع الاستمارة على 50 مستخدم من مستخدمي مديرية الصحة والسكان لولاية المدية ولوحظ ثبات الأداة (الاستمارة) في جمع المعلومات.

ج- المعالجة الاحصائية:

من أجل تحليل البيانات الخاصة بالاستمارة، قمنا باستخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS)، وهذا من خلال استعراض كل اجابة في جدول يوضح عدد الاستجابات والنسب المئوية لكل اجابة، ثم والتعليق على هذه الجداول، وتحليل البيانات وذلك بتقييم الجداول تسلسليا واعطائها عنوانا، لمعرفة ما تحتويه من بيانات خاصة بهذه الدراسة ولمعرفة النسب المئوية وتحليل المعلومات والبيانات التي توصلت اليها الدراسة. بعد ادراج هذه المعطيات في برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) وتمثلت المعالجة

الإحصائية في: الجداول التكرارية، الدوائر النسبية، الأعمدة البيانية، النسب المئوية واختبار العلاقة بين المتغيرات.

3-المقابلة: تعرّف على أنها محادثة هادفة، وهي محادثة شفوية بين الباحث العلمي وبين العنصر البشري المرتبط بالظاهرة، وتأخذ شكل مناقشة أو حوار من خلال سلسلة من التساؤلات المعدة بإتقان حول المشكلة المبحوثة أي المحادثة بين شخصين يبدأها الشخص الذي يجري المقابلة لأهداف محددة، ويشترط عند إجراء المقابلة أن تكون ثقافة الباحث أو القائم بإجراء المقابلة من نفس ثقافة المجتمع.¹

وهي محادثة بين الباحث أو من ينيبه والأشخاص المستجوبين الذين يرغب في الحصول على معلومات منهم وتنقسم الى:

مقابلة منظمة: هي التي تطرح فيها أسئلة محددة غالبا ما تكون مكتوبة يلقيها الباحث أو من ينيبه وقد تشمل أسئلة مغلقة أو مفتوحة أو كليهما. وتمتاز بأنها تسهل على الباحث عرض البيانات وتحليلها إحصائيا.

مقابلة غير منظمة: هي التي تطرح فيها أسئلة غير محددة أو مكتوبة، وفيها يستعين الباحث أو من ينيبه بمجموعة من النقاط تمثل رؤوس أقلام الموضوعات التي يريد جمع المعلومات عنها، ويتسع المجال في هذا النوع توارد الخواطر والتوسع في الإجابة الا أنه يصعب عرض وتحليل البيانات الناتجة عن هذا النوع مقارنة بالمقابلة المنظمة.²

واستخدمنا أداة المقابلة لكونها أداة توفر لنا بعض المعلومات الأولية الأساسية التي لا يمكن أن توفرها لنا أداة أخرى من أدوات جمع المعلومات، خصوصا ما تعلق بواقع العلاقات العامة بالمديرية، التعرف على أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا للمديرية، مكانتها الفعلية ضمن الهيكل التنظيمي، القوانين واللوائح التنظيمية المؤطرة لنشاطها، الوظائف والمهام المسندة اليها، المؤهلات والمهارات الاتصالية الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة بالمديرية، أهم أنشطة وبرامج العلاقات العامة و مستويات

¹ عبد الملك الدنانني وسامية أحمد هاشم: **مناهج بحوث بالاتصال الحديثة**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2016، ص 126. نقلا عن محمد الغريب عبد الكريم: **البحث العلمي**، بيروت، التصميم والمنهج والجراءات، ط4، الاسكندرية، المكتب الجامعي، 1998، ص 124.

² اسماعيل ابراهيم: **مناهج البحوث الاعلامية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017، ص 121.

الجانب المنهجي

تنظيمها وأهم الوسائل الاتصالية المستخدمة في مجال العلاقات العامة ومدى فعاليتها الاتصالية وهل نجحت في ترسيخ صورة طيبة عن المديرية لدى جمهورها. كما أن كل أسئلة المقابلة 14 تندرج ضمن المحاور الخمس الأساسية للدراسة:

- **المحور الأول:** أهمية العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية.
 - **المحور الثاني:** ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة في قطاع الصحة العمومية.
 - **المحور الثالث:** وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة من طرف المؤسسات الصحية في مجال العلاقات العامة.
 - **المحور الرابع:** أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها.
 - **المحور الخامس:** الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في مواجهة الأزمات بالمؤسسة.
- ويمكن ذكر أهم المقابلات حسب الجدول رقم (2) الذي يبين المخطط الزمني للمقابلات:

موضوع المقابلة	تاريخ المقابلة	منصبه	الطرف المقابل
واقع ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والدور الذي تقوم به وكيفية تفعيلها	مارس 2024	رئيس مصلحة السكان بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية	السيد: كراش سليم
واقع ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والدور الذي تقوم به وكيفية تفعيلها	أفريل 2024	رئيس مصلحة الوقاية بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية	السيد: ابراهيمي عادل
واقع ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والدور الذي تقوم به وكيفية تفعيلها	أفريل 2024	رئيس مصلحة الموارد البشرية والشؤون القانونية بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية	السيد: موسى حديد
واقع ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والدور الذي تقوم به وكيفية تفعيلها	أفريل 2024	متصرف رئيسي لمصالح الصحة رئيسة مصلحة الهياكل الصحية بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية	السيدة: لاج رميساء

الجانب المنهجي

السيد: عدنان حميدية	رئيس مكتب بمصلحة التخطيط والوسائل ب مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	أفريل 2024	واقع ممارسة العلاقات العامة ب مديرية الصحة والدور الذي تقوم به وكيفية تفعيلها
السيد: زهير حاج صدوق	مدير الصحة بولاية المدية	ماي 2024	واقع ممارسة العلاقات العامة ب مديرية الصحة والدور الذي تقوم به وأهميتها والمكانة التي حظيت بها في المديرية وكيفية تفعيلها

- مقابلة مع السيد: موسى حديد المكلف بالاتصال ورئيس مصلحة الموارد البشرية ب مديرية الصحة والسكان بولاية المدية

ست مقابلات نذكر منها مقابلة مع مسؤول العلاقات العامة وهو رئيس مصلحة الموارد البشرية والشؤون القانونية المكلف بالاتصال لمديرية الصحة ومقابلة مع مدير الصحة لولاية المدية ومقابلات مع باقي رؤساء مصالح المديرية: رئيس مصلحة الوقاية، رئيس مصلحة الهياكل، رئيس مصلحة التخطيط الذي كلف رئيس مكتب بالمصلحة للإجابة عن أسئلة المقابلة نيابة عنه و رئيس مصلحة السكان بالمديرية. هذا الأخير الذي قمنا بعدد المقابلات (الاستكشافية) معه حول موضوع الدراسة لكون مكتب الاتصال والتربية والاعلام الصحي تابع للمصلحة التي يرأسها للتعرف على واقع ممارسة العلاقات العامة ومستوياتها الفعلية وكيفية تفعيلها ب مديرية الصحة والسكان بالمدية ضمن الوسط الصحي لقطاع الصحة العمومية بالولاية والتعرف ميدانيا على ما يتطلبه تفعيل العلاقات العامة بالمديرية بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي. ومن بينها:

- مقابلة مع قمنا من خلالها برصد جل أنشطة العلاقات العامة لمديرية الصحة في فترة محددة من خلال أسئلة المتعلقة بأهم أنشطة العلاقات العامة والفعاليات نظمها المديرية وأشرفت عليها والقائمين بها - عنوان النشاط - صاحب النشاط - تاريخ النشاط - مكان النشاط وطبيعة التغطية الصحفية له وقمنا بإعداد جدول يوضح ذلك. كما قدم لنا رئيس المصلحة ذاتها نبذة تاريخية عن مديرية الصحة والسكان لولاية المدية وبالإضافة الى شرح حول الهيكل التنظيمي للمديرية ومختلف مصالح والمكاتب التابعة لها.

-وتعرفنا كذلك على مختلف مصالح ومكاتب مديرية الصحة وحظينا باستقبال جيد كما قدموا لنا شرحا وافيا عن مختلف مهام هذه المصالح وطبيعة أنشطتها ومدى ممارستها للاتصال والعلاقات العامة.

-وقدم لنا شرح وافى عن كيفية الاتصال والتنسيق انطلاقا من التخطيط الجيد لبرامج العلاقات العامة الى غاية تنفيذها حسب المكان والزمان المناسبين، بالتنسيق بين المصالح المعنية حسب طبيعة النشاط ووفق مخرجات الاجتماعات التنسيقية وبتكليف للموظفين من طرف مدير الصحة.

- وقمنا كذلك بمقابلة (غير منظمة) مع الرئيس السابق لمصلحة الهياكل السيد قويدري بطرح عديد الأسئلة المتعلقة بمحاور الدراسة والمتعلقة بمدى أهمية الاتصال والعلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية؛ ممارسة العلاقات العامة بالمديرية؛ وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة؛ أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها؛ دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات بالمؤسسة فكانت اجاباته عصاره تجربة ميدانية مهمة بالمصلحة التي سبق له أن كان رئيسا لها قبل استقافته من الاحالة على التقاعد كما تبين لنا ترسخ تقاليد ممارسة العلاقات العامة بالمديرية اذ أبرز لنا أهمية البالغ للاتصال والعلاقات العامة في الاطلاع على كافة مستجدات نشاط الهياكل الصحية العامة والخاصة ومتابعة كل ما يمس الصحة العامة و أعطى مثلا بسيط لا على سبيل الحصر كحملات الترويج المضللة عن نشاطات غير صحية أو منتجات لا تدخل ضمن المنتجات الصيدلانية المعتمدة كالمكملات الغذائية التي يتم الترويج لها أنها صحية عبر مختلف الوسائل الاتصالية خاصة منها مواقع التواصل الاجتماعي وقد تضرر بالصحة العامة مما يتطلب التدخل والتحذير منها عبر رسائل اتصالية تصدر عن مختصين في الصحة العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية عبر قنواتها الاتصالية أو وسائل الاعلام المختلفة وتحدث عن مجهوداته كرئيس مصلحة في تنظيم نشاطات العلاقات العامة والتعريف بها.

7- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ- **مجتمع البحث:** ويقصد به كما عرفه الباحثون مجموعة محدودة أو غير محدودة من المفردات أو عناصر الوحدات المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات أي أن يعرف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث.¹

- يكمن مجتمع البحث في مديريات الصحة والسكان على المستوى الوطني اذ اخترنا مديرية الصحة والسكان بولاية المدية، وأجرينا مسح شامل لكل مستخدميها بمختلف أصنافهم ومستوياتهم والمقدر عددهم بـ 50 مستخدم وهو عدد مفردات مجتمع البحث بالمديرية. وقمنا بدراسة حالة مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لكونها المديرية التي تشرف وتؤطر قطاع الصحة العمومية على المستوى المحلي بولاية المدية. (بالنسبة للاستمارة الرئيسية).

- وأما مجتمع البحث بالنسبة للاستمارة المكملة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية فهو العدد الاجمالي لكل مستخدمي المؤسسة والمقدر عددهم بـ 1396 والذي تم اختيار عينة الاضافية منه بما نسبته 10 %.

ب- **عينة الدراسة:** هي ببساطة جزء من مجتمع البحث، يتم اختيارها لغرض دراستها والوصول الى بعض الاستنتاجات عن مجتمع البحث. ويلجأ الباحث الى العينة حين يكون من الصعب الوصول الى كافة أفراد المجتمع أو يمكن أن يكون في دراسة كل المجتمع تبديد في الجهد والمال وحين يلجأ الباحث الى العينة فانه لا ينبغي أن يعمم نتائج العينة الى المجتمع بشكل مباشر الا بعد أن يتوصل الباحث ببعض الأساليب الاحصائية الى خصائص المجتمع الذي تمثله، ولكنها تمثل أفضل ما يمكن الوصول اليه من وصف لخصائص المجتمع لا في ضوء الامكانيات المتاحة، وهذا ما يجعل الباحث مضطرا لدراسة المجتمع من خلال العينة، ويفكر في الأسلوب الاحصائي² وهي مجموعة المفردات محددة العدد تمثل مجتمع البحث. ففي بعض الدراسات لا يمكن بحث كل مفردات مجتمع البحث هنا تظهر أهمية العينة التي تمكن من توفير الوقت والجهد.

وفي دراستنا اخترنا العينة القصدية بالنسبة لمجتمع الدراسة عدده محدد بدقة وتتمثل العينة التي شملتها الدراسة في كل مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية أي المسح الشامل. ويستخدم هذا

¹ (أحمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره، ص 166.

² (رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار الدجلة، عمان، 2007، ص 182.

النوع من العينات عندما يريد الباحث دراسة مجتمع البحث ما تم تحديده، ويقوم هنا باختيار العينة التي يرى أنها تحقق أغراض الدراسة اختياراً حراً يبني على مسلمات ومعلومات مسبقة كافية ودقيقة تمكنه من الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها.¹

- تحديد حجم العينة:

قبل الإقدام على تحديد حجم العينة من المجتمع الأصلي لا بد من ضبط العدد الحقيقي للمفردات الذي يدخل في تكوين هذه العينة في إطار التمثيل السليم لمجتمع البحث وتحقيق الأهداف البحثية المطلوبة.

ان اختيارنا لدراسة حالة مديرية الصحة والسكان بولاية المدية يعني بالضرورة أن مجتمع الدراسة هو مجموع مديريات الصحة والسكان على مستوى الوطني. أما بالنسبة لعينة الدراسة المختارة هي عينة قصدية تتمثل في كل مستخدمي المديرية لكون مجتمع البحث بالمديرية هو كل المستخدمين المنتمين إليها و استخدمنا المسح الشامل لكل موظفي المديرية لكون عدد عناصر مجتمع البحث أقل من 100 موظف، إذ أن العينة شملت 50 مستخدم بمديرية الصحة والسكان بالمدية وهذه الأخيرة تشرف على القطاع الصحي بالولاية وهو يشمل 6 مؤسسات استشفائية و 7 مؤسسات صحية جوارية تابعة لها. واخترنا في دراستنا العينة القصدية وقمنا بالمسح الشامل للتعرف على كيفية تفعيل دور العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بما يضمن ممارستها ويحسن صورتها لدى الجمهور. من خلال توزيع استمارة على مستخدمي المديرية والذي يبلغ عددهم 50 مستخدم فعلي مع العلم أن هناك 4 مستخدمين سبق وأن أحيلوا على التقاعد و 6 مستخدمين من صنف الأطباء وأطباء الأسنان سبق وأن ألحقوا بالمفتشية الجهوية (الصحة) وهي مفتشية لها ادارتها الخاصة بها حسب رئيس مصلحة الموارد البشرية بالمديرية، مما يعني أن عدد المستخدمين الفعلي لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية 50 مستخدم وهذا لجمع المعلومات التي يقدمها الموظفون والمختصون عن طريق أداة الاستمارة.

وبغرض قياس أثر ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية في قطاع الصحة على المستوى المحلي قمنا باستخدام استمارة مكملة وتوزيعها على عينة قصدية اضافية تتكون من 140

¹ (وائل عبد الرحمان التل وعيسى محمد قحل: البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 44.

الجانب المنهجي

مستخدم (موظفين اداريين - أطباء - مستخدمي الشبه الطبيين - عمال - مهندسين) العاملين بالمصالح الاستشفائية للمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدينة والتي تمثل 10% من تعداد اجمالي مستخدمي المؤسسة الذي يضم 1396 مستخدم (مجتمع البحث). وتم توزيعها بشكل قصدي حتى تشمل مصالح المؤسسة الاستشفائية.

عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان حسب متغيرات الدراسة

الجدول (3) يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان حسب متغير السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
10 %	5	من 21 سنة الى 30 سنة
40 %	20	من 31 سنة الى 40
50 %	25	من 41 سنة فما فوق
100%	50	المجموع

من خلال الجدول رقم (1) يتضح لنا أن عناصر عينة الدراسة مكونة من ثلاث فئات عمرية كالتالي:

- 5 مستخدمين ينتمون الى الفئة العمرية من 21 سنة الى 30 سنة أي بنسبة مئوية تقدر ب 10%.

- 20 مستخدمين ينتمون الى الفئة العمرية من 31 سنة الى 40 سنة أي بنسبة مئوية تقدر ب 40%.

- 25 مستخدمين ينتمون الى الفئة العمرية من 41 سنة فما فوق أي بنسبة مئوية تقدر ب 50%.

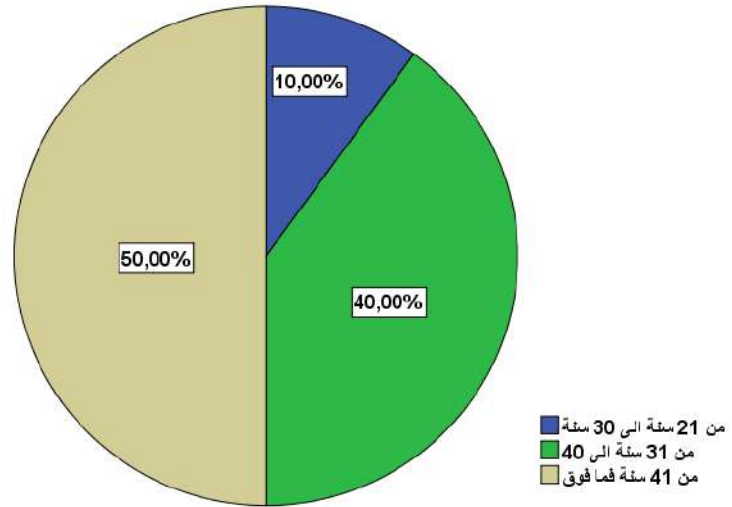
ويتضح أن الفئة العمرية 41 سنة فما فوق تشكل أكبر شريحة من مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدينة حيث تمثل 50 % من مجموع عدد أفراد العينة، تليه الفئة العمرية من 31 سنة الى 40 سنة بنسبة 40 %، فيما تقدر النسبة المئوية للفئة العمرية من 21 الى 30 سنة ب 10 % فقط من اجمالي أفراد العينة. في قراءتنا لهذه النتائج يتبين لنا جليا نصف مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية

الجانب المنهجي

المدية من فئة الكهول، فيما يمثل الشباب النصف المتبقي من مستخدمي المديرية مما يؤكد أن المديرية تعتمد على عنصر الخبرة المتمثل في الكهول وعنصر الشباب المندفع والمقدام على للعمل.

الشكل رقم (1) يمثل دائرة نسبية لعدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان حسب السن

الشكل رقم (1) يبين عدد عناصر عينة الدراسة حسب السن



الجدول رقم (4): يبين عدد عناصر العينة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	نسبة المئوية
ذكر	33	66 %
أنثى	17	34 %
المجموع	50	100 %

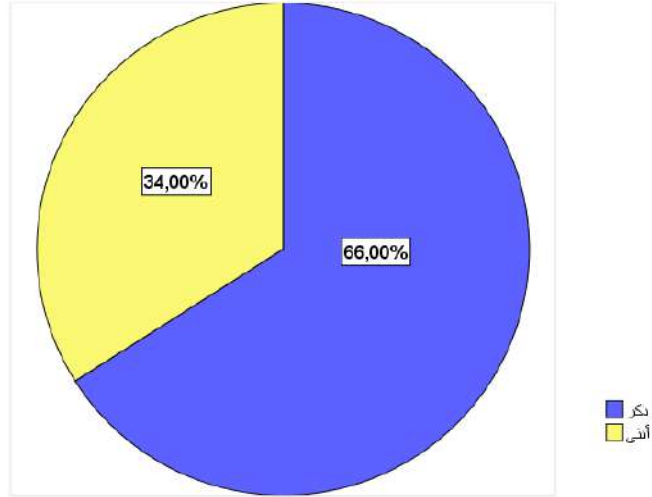
من خلال الجدول يتضح لنا أن عناصر عينة الدراسة مكونة من فئتين ذكور وإناث كالتالي:

- 33 مستخدم ينتمون الى فئة الذكور أي بنسبة مئوية تقدر ب 66%.
- 17 مستخدمة تنتمين الى فئة الاناث أي بنسبة مئوية تقدر ب 34%.

الجانب المنهجي

يتضح من الجدول أن نسبة أفراد العينة من مستخدمي المديرية الذكور أكثر من نسبة الإناث، حيث تقدر بـ 66% بالنسبة للذكور و34% بالنسبة للإناث من إجمالي عدد أفراد العينة ومنه نستنتج أن أغلب مستخدمي مديرية الصحة والسكان بالمدينة ذكور.

الشكل رقم (2) يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة (مديرية الصحة والسكان) حسب الجنس



الجدول رقم (5): يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
% 10	5	المستوى المتوسط
% 20	10	المستوى الثانوي
% 70	35	المستوى الجامعي
% 100	50	المجموع

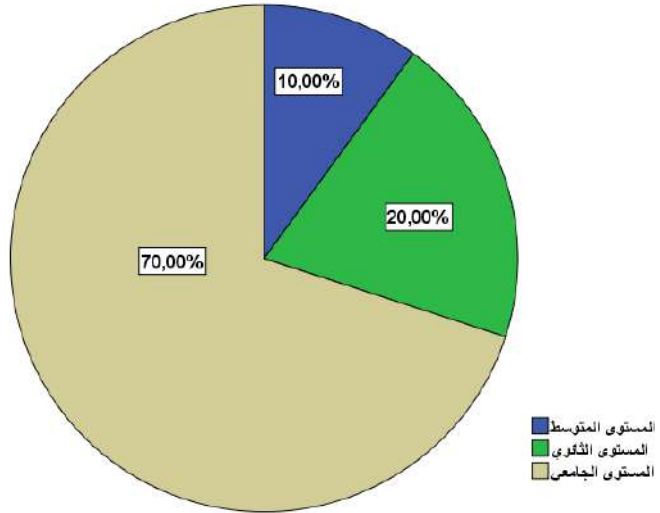
من خلال الجدول يتضح لنا أن عناصر عينة الدراسة مكونة من ثلاث مستويات تعليمية كالتالي:

الجانب المنهجي

- 5 مستخدمين ينتمون الى المستوى التعليمي المتوسط أي بنسبة مئوية تقدر ب 10%.
- 10 مستخدمين ينتمون الى المستوى التعليمي الثانوي أي بنسبة مئوية تقدر ب 20%.
- 35 مستخدمين ينتمون الى المستوى التعليمي الجامعي أي بنسبة مئوية تقدر ب 70%.

يتضح أن معظم مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية هم ذوو مستوى تعليمي جامعي، إذ يمثلون نسبة 70 % من مجموع أفراد العينة، أما بالنسبة لمستخدمي المديرية الذين يمتلكون مستوى ثانوي فتقدر نسبتهم ب 20 %، فيما قدرت نسبة المستخدمين الذين لهم مستوى تعليمي متوسط ب 10% من مجمل العينة. وهذا ما يجعلنا نستنتج أن أغلب مستخدمي مديرية الصحة ذوو مستوى تعليمي جامعي مما يسهل من ممارسة العلاقات العامة وتطبيق إستراتيجيتها وإمكانية انسيابية رسائلها الاتصالية خدمة لسياسة وأهداف المديرية.

الشكل رقم (3) يمثل دائرة نسبوية تبين عدد عناصر عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



ويتضح لنا من خلال الشكل التوضيحي المتمثل في دائرة نسبوية التي تبين نسب فئات المستوى التعليمي بالنسبة لعينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان أن غالبية أفراد العينة من مستخدمي مديرية الصحة والسكان لهم مستوى جامعي بنسبة 70 % بينما 20 بالمئة منهم لهم مستوى ثانوي و10 بالمئة منهم لهم مستوى متوسط.

الجانب المنهجي

الجدول رقم (6): يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير الوظيفة:

النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة
16 %	8	عامل مهني
64 %	32	موظف اداري
10 %	5	موظف شبه طبي
4 %	2	طبيب
6 %	3	مهندس
100 %	50	المجموع

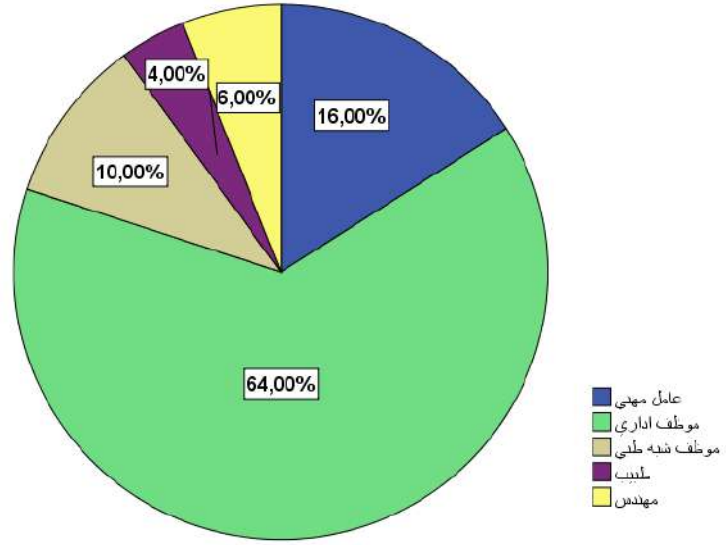
من خلال الجدول يتضح لنا أن عناصر عينة الدراسة مكونة من خمس فئات حسب الوظيفة كالتالي:

- 08 مستخدمين ينتمون الى العمال المهنيين أي بنسبة مئوية تقدر ب 16%.
- 32 مستخدمين ينتمون الى موظفي الادارة أي بنسبة مئوية تقدر ب 64%.
- 05 مستخدمين ينتمون الى موظفي الشبه الطبي أي بنسبة مئوية تقدر ب 10%.
- 02 مستخدمين ينتمون الى وظيفة الأطباء أي بنسبة مئوية تقدر ب 4%.
- 03 مستخدمين ينتمون الى وظيفة المهندسين أي بنسبة مئوية تقدر ب 6%.

يتضح أيضا أن معظم مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية هم ينتمون الى فئة موظفي الادارة اذ يمثلون نسبة 64 % من مجموع أفراد العينة، أما بالنسبة لمستخدمي المديرية الذين ينتمون الى فئة العمال المهنيين فتقدر نسبتهم ب 16 %، فيما قدرت نسبة المستخدمين الذين ينتمون لفئة موظفي الشبه الطبي ب 10% من مجمل العينة كما أن نسبة المستخدمين المنتمين لفئة الأطباء تقدر ب 4 % وأخيرا نسبة المستخدمين المنتمين لفئة المهندسين تقدر ب 6 % من اجمالي أفراد العينة. وهذا ما يجعلنا نستنتج أن أغلب مستخدمي مديرية الصحة من فئة موظفي الادارة نظرا لطابعها الذي يغلب عليه الطابع الاداري.

الجانب المنهجي

الشكل رقم (4) يمثل دائرة نسبوية تبين عدد عناصر عينة الدراسة (مديرية الصحة والسكان) حسب الوظيفة



الجدول رقم (7) يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير الأقدمية:

الأقدمية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 6 سنوات	8	16 %
من 6 سنوات الى 10 سنوات	17	34 %
من 11 سنة الى 15 سنة	10	20 %
أكثر من 16 سنة	15	30 %
المجموع	50	100 %

من خلال الجدول يتضح لنا أن عناصر عينة الدراسة مكونة من أربع فئات حسب الأقدمية كتالي:

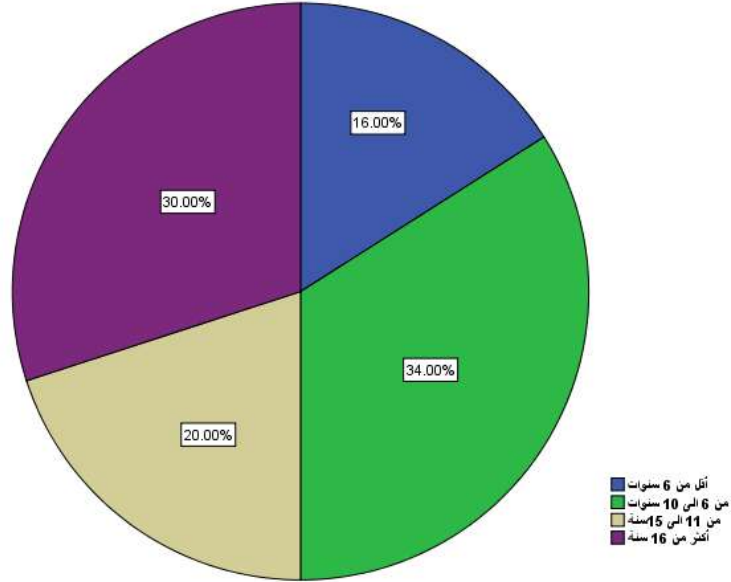
- 08 مستخدمين ذوو الأقدمية أقل من 6 سنوات أي بنسبة مئوية تقدر ب 16%.
- 17 مستخدم ذوو الأقدمية من 6 سنوات الى 10 سنوات أي بنسبة مئوية تقدر ب 34%.

الجانب المنهجي

- 10 مستخدمين ذوو الأقدمية من 11 سنة الى 15 سنة أي بنسبة مئوية تقدر ب 20%.
- 15 مستخدم ذوو الأقدمية أكثر من 16 سنة أي بنسبة مئوية تقدر ب 30%.

يتضح أيضا أن حوالي ثلث مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية هم ذوو أقدمية تتراوح من 6 سنوات الى 10 سنوات وهم يمثلون 34 % يليها مستخدمين الذين يمتلكون أقدمية أكثر من 16 سنة اذ يمثلون نسبة 30 % من مجموع أفراد العينة، أما بالنسبة لمستخدمي المديرية ذوو الأقدمية المهنية من 11 سنة الى 15 سنة فنقدر نسبتهم ب 20 %، فيما قدرت نسبة المستخدمين ذوو الأقدمية المهنية أقل من 6 سنوات ب 16 % من مجمل العينة وهذا ما يجعلنا نستنتج أن هناك تكافؤ بين عنصري الخبرة المهنية وتدعيم المديرية بالكفاءات الشابة.

الشكل رقم (5) يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة (مستخدمي مديرية الصحة والسكان) حسب متغير الأقدمية



الوصف الاحصائي لأفراد عينة الدراسة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية وفق متغيرات الدراسة خصص القسم الأول من الاستبيان للخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة وقد تضمن: السن، الجنس، المستوى الدراسي، الوظيفة، الأقدمية وقد كانت النتائج المحصل عليها كما يلي:

الجانب المنهجي

جدول رقم (8): يبين عدد أفراد عينة الدراسة من مستخدمي EPH-MEDEA حسب السن

النسبة	التكرار	السن
4,3 %	6	أقل من 21 سنة
44,3 %	62	من 21 الى 30 سنة
27,1 %	38	من 31 الى 40 سنة
24,3 %	34	من 41 سنة فما فوق
100 %	140	المجموع

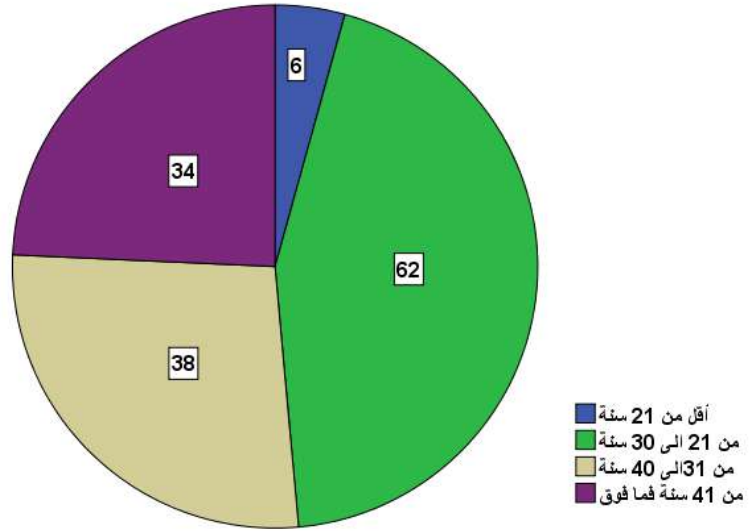
من خلال الجدول يتضح لنا أن أفراد عينة الدراسة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة مكونة من أربع فئات عمرية كتالي:

- 6 مستخدم ينتمون الى الفئة العمرية أقل من 21 سنة أي بنسبة مئوية تقدر بـ 4.3%
- 62 مستخدم ينتمون الى الفئة العمرية من 21 الى 30 سنة أي بنسبة مئوية تقدر بـ 44.3%
- 38 مستخدم ينتمون الى الفئة العمرية من 31 الى 40 سنة أي بنسبة مئوية تقدر بـ 27.1%
- 34 مستخدم ينتمون الى الفئة العمرية من 41 سنة فما فوق أي بنسبة مئوية تقدر بـ 24.3%

ويتضح أن الفئة العمرية من 21 سنة الى 30 سنة تشكل أكبر شريحة من مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية حيث تمثل 44.3 % من مجموع عدد أفراد العينة، تليه الفئة العمرية من 31 سنة الى 40 سنة بنسبة 27.1 %، فيما تقدر النسبة المئوية للفئة العمرية من 41 سنة فما فوق بـ 24.3 % فقط من اجمالي أفراد العينة كما تقدر النسبة المئوية لفئة العمرية أقل من 21 سنة بـ 4.3 % . في قراءتنا لهذه النتائج يتبين لنا جليا غالبية مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية من فئة الشباب.

الجانب المنهجي

الشكل رقم (23) يمثل دائرة نسبياً تبين عدد عناصر العينة حسب السن (المؤسسة الاستشفائية بالمدينة)



جدول رقم (9): يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
40 %	56	ذكر
60 %	84	أنثى
100 %	140	المجموع

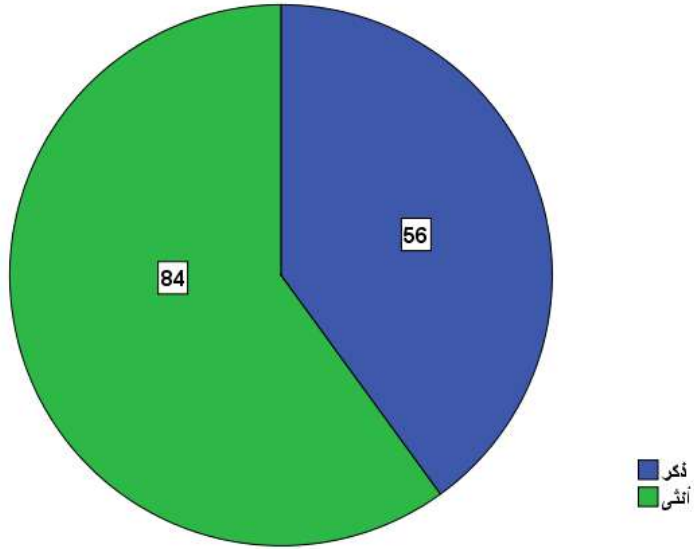
من خلال الجدول يتضح لنا أن عناصر من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة مكونة من فئتين حسب الجنس كالتالي:

- 56 مستخدم ينتمون الى الفئة الذكور أي بنسبة مئوية تقدر ب 40%

- 84 مستخدمة ينتمون الى الفئة الإناث أي بنسبة مئوية تقدر ب 60%

الجانب المنهجي

الشكل رقم (24) يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر العينة حسب الجنس (المؤسسة الاستشفائية بالمدينة)



جدول رقم (10): يبين عدد أفراد عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
% 2,1	3	المستوى الابتدائي
% 5	7	المستوى المتوسط
% 12,1	17	المستوى الثانوي
% 80,7	113	المستوى الجامعي
% 100	140	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن أفراد عينة الدراسة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة

مكونة من أربع فئات حسب المستوى التعليمي كالتالي:

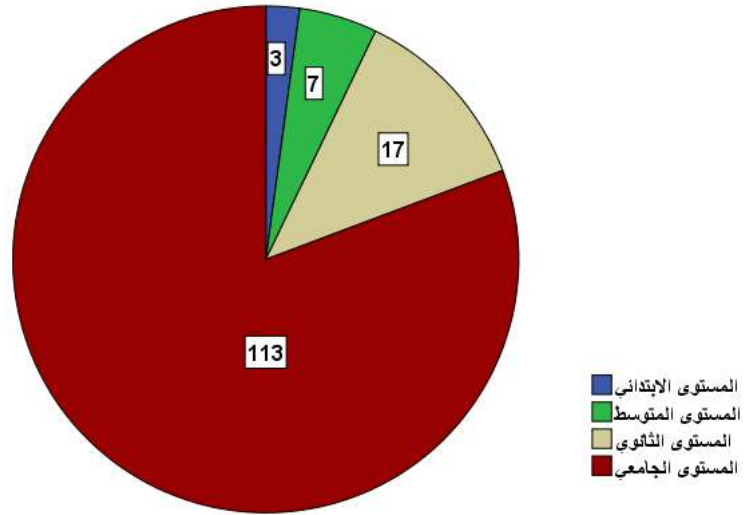
- 3 مستخدم ينتمون الى الفئة المستوى الابتدائي أي بنسبة مئوية تقدر ب 2.1%

- 7 مستخدم ينتمون الى الفئة المستوى المتوسط أي بنسبة مئوية تقدر ب 5%

الجانب المنهجي

- 17 - مستخدم ينتمون الى الفئة المستوى الثانوي أي بنسبة مئوية تقدر ب 12.1%
- 113 - مستخدم ينتمون الى الفئة المستوى الجامعي أي بنسبة مئوية تقدر ب 80.7%

الشكل رقم (25) يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي (المؤسسة الاستشفائية)



الجدول رقم (11) يبين أفراد عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب متغير الوظيفة

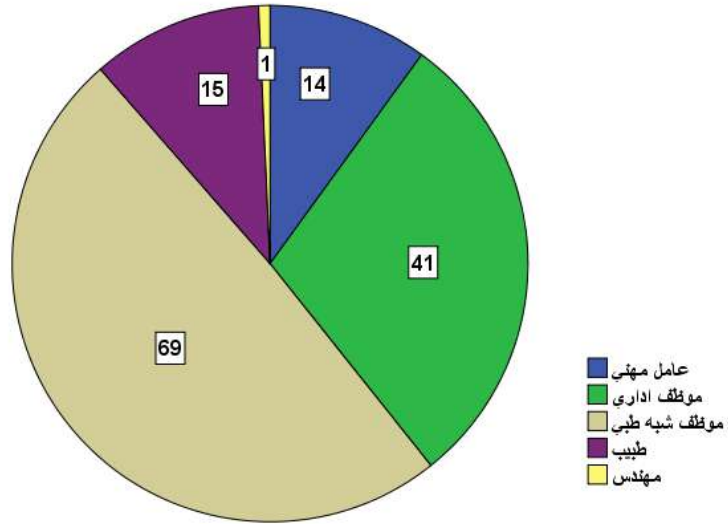
الوظيفة	التكرار	النسبة
عامل مهني	14	10%
موظف اداري	41	29,3%
موظف شبه طبي	69	49,3%
طبيب	15	10,7%
مهندس	1	0,7%
المجموع	140	100%

من خلال الجدول يتضح لنا أن أفراد عينة الدراسة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة مكونة من خمس فئات حسب الوظيفة التي يمارسونها كالتالي:

الجانب المنهجي

- 14 مستخدم ينتمون الى فئة العامل مهني أي بنسبة مئوية تقدر ب 10%
- 41 مستخدم ينتمون الى فئة الموظف الاداري أي بنسبة مئوية تقدر ب 29.3%
- 69 مستخدم ينتمون الى فئة موظف شبه طبي أي بنسبة مئوية تقدر ب 49.3%
- 15 مستخدم ينتمون الى فئة الطبيب أي بنسبة مئوية تقدر ب 10.7%
- 1 مستخدم ينتمون الى فئة مهندس أي بنسبة مئوية تقدر ب 0.7%

الشكل رقم (26) يمثل دائرة نسببة تبين عدد أفراد العينة حسب الوظيفة (المؤسسة الاستشفائية بالمدينة)



الجدول رقم (12) يبين أفراد عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب متغير الأقدمية

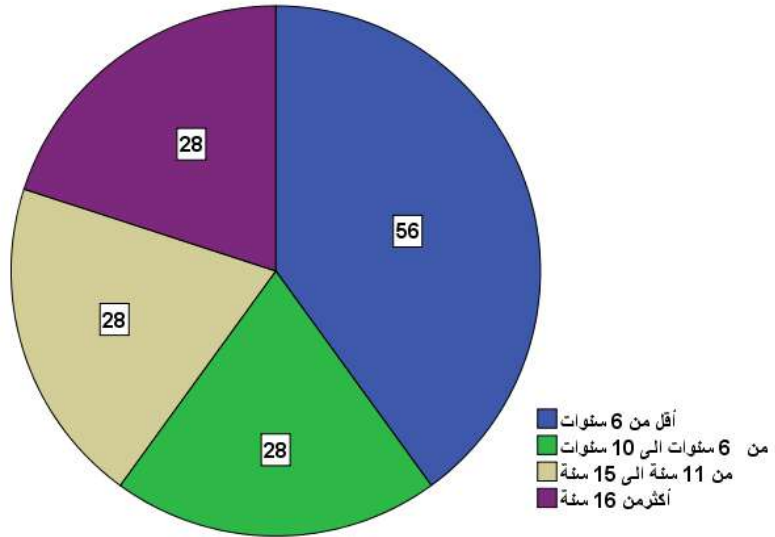
الأقدمية	تكرار	النسبة
أقل من 6 سنوات	56	40%
من 6 سنوات الى 10 سنوات	28	20%
من 11 سنة الى 15 سنة	28	20%
أكثر من 16 سنة	28	20%
المجموع	140	100%

الجانب المنهجي

من خلال الجدول يتضح لنا أن أفراد عينة الدراسة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة مكونة من أربع فئات أقدمية كتالي:

- 56 مستخدم ينتمون الى فئة أقدمية أقل من 6 سنوات أي بنسبة مئوية تقدر ب 40%
- 28 مستخدم ينتمون الى فئة أقدمية من 6 سنوات الى 10 سنوات أي بنسبة مئوية تقدر ب 20%
- 28 مستخدم ينتمون الى فئة أقدمية من 11 الى 15 سنة أي بنسبة مئوية تقدر ب 20%
- 28 مستخدم ينتمون الى فئة أقدمية أتر من 16 سنة أي بنسبة مئوية تقدر ب 20%

الشكل رقم (27) يمثل دائرة نسبية تبين عدد أفراد عينة الدراسة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية حسب الأقدمية



8- المجال الزمني والمكاني للدراسة:

أ-المجال الزمني للدراسة:

أجريت الدراسة في فترة الممتدة من جانفي 2019 الى غاية جوان 2024.

ان بحثنا هذا ليأخذ شكله النهائي مر بعدة مراحل، بدأت دراستنا البحثية مباشرة عند تسجيل مشروع البحث. ثم استكشاف طبيعة الممارسة الميدانية للعلاقات العامة بالمديرية عن طريق الملاحظة ثم اعداد استمارة الدراسة وتوزيعها على مستخدمي مديرية الصحة والسكان والقيام بعدة مقابلات الى غاية استكمال الدراسة الميدانية في جوان 2024.

واخترنا هذه الفترة لكونها شهد خلالها العالم عدة أزمات كان أبرزها الأزمة الصحية كورونا COVID-19 ظهرت انعكاساتها على الصحة العامة وكل جوانب الحياة البشرية في كل دول العالم ومن بينها الجزائر، والتي اتخذت عدة اجراءات للحد من انتشار الوباء وتوسع استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال من قبل الأفراد والمؤسسات على حد سواء، اذ عملت هذه الأخيرة على الاستفادة من مزاياها التقنية بما عزز ممارسة العلاقات العامة في الفضاء الرقمي، وتزامنت الفترة مع سعي وزارة الصحة للقيام بإصلاحات وتجديد المنظومة الصحية من خلال عديد الورشات ومن بينها ورشة الاعلام وكذا بذل مجهودات لرقمنة القطاع الصحي في الجزائر وسعي لتحسين الخدمة الصحية.

- مرحلة الملاحظة الميدانية في المؤسسة لنشاطات العلاقات العامة (ملاحظة مباشرة) وملاحظة ما ينشر من أخبار وفعاليات عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية " فاسبوك" والصحف وملاحظة ما يبث عنها في التلفزيون والاذاعة وجمع المعلومات الميدانية عبر الوثائق منذ بداية الدراسة الميدانية الى غاية جوان 2024. فيما لاحظنا وجود تأخر في تحيين الموقع الالكتروني للمديرية.

- فترة توزيع الاستمارة الموجهة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان بالمدية: ابتداء من 31 جويلية 2023

- فترة توزيع الاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف المدية سبتمبر 2023.
- و القيام بمقابلات مع الممارسين للعلاقات العامة ورؤساء مصالح المديرية مارس و أفريل 2024.
ب-المجال المكاني للدراسة:

- أجريت الدراسة الميدانية في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية، اذ تم استخدام أداة الملاحظة المباشرة وتوزيع الاستمارة (الرئيسية) الموجهة لمستخدمي المديرية، واجراء المقابلة مع ممارسي العلاقات العامة وعلى رأسهم مدير الصحة ورؤساء مصالح المديرية بمقر المديرية.

- كما تم توزيع استمارة (اضافية) على عينة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية "محمد بوضياف" بالمدية بمقر المؤسسة الاستشفائية (ادارة المؤسسة ومصالحها الاستشفائية)، لقياس أثر العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية على جمهورها الداخلي والخارجي.

9- الدراسات السابقة: هناك عدة دراسات لها علاقة بموضوع الدراسة أهمها:

الدراسة السابقة الأول: دراسة للدكتور محمد قيراط حول العلاقات العامة في المؤسسات الصحية دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الامارات العربية المتحدة¹ ورقة مقدمة في ندوة التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة، جامعة الامارات العربية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم الاتصال الجماهيري، العين - الامارات العربية المتحدة 1996/18/17 وتبحث الدراسة مكانة وموقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لوزارة الصحة ومختلف منشآتها (المناطق الطبية والمستشفيات) بدولة الامارات العربية المتحدة، ودورها والصلاحيات الموكلة اليها في ما يتعلق بالبحث والتخطيط واتخاذ القرار، كما تتطر كذلك الى دور العلاقات العامة في الاتصال الداخلي والخارجي ودورها في أوقات المشاكل والأزمات. وتمثلت المنهجية في توزيع استبيان من 30 سؤالاً على جميع مسؤولي وموظفي العلاقات العامة بالوزارة بأبو ضبي ودبي ومختلف المناطق الطبية والمستشفيات كما اعتمد الباحث في جمع المادة العلمية والبيانات المختلفة المتعلقة بإشكالية البحث على اتصالاته المكثفة بالمسؤولين بوزارة الصحة والمناطق الطبية وكذلك مشاركاته في الاجتماعات الدورية لمسؤولي العلاقات العامة وذلك من 1995/10/24م ال غاية 1996/5/7م

وتوصلت نتائج الدراسة الى أن مفهوم العلاقات العامة في وزارة الصحة مازال محدود جدا ينحصر في تنظيم المؤتمرات والقيام بإجراءات التآشيرات وحجوزات الفنادق وبعض الاتصالات والتنسيق مع وسائل الاعلام، بعبارة أخرى فان جهاز العلاقات العامة مازال لم يخرج بعد من حيز نموذج الدعاية والاعلام الايجابي للمنظمة كما تشير نتائج الدراسة كذلك الى الدور المحدود للعلاقات العامة في الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسات الصحية في الدولة وكذلك في أوقات المشاكل والأزمات. وأكدت على انعدام دور العلاقات العامة في البحث والتخطيط والمساهمة في اتخاذ القرار نظرا للمكانة الضعيفة لأقسام العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وللنقص الكبير الذي تعاني منه هذه الأقسام فيما يخص الموظفين والأجهزة والأهم من كل هذا نظرا لعدم اقتناع المسؤولين بأن للعلاقات العامة دور مهم في هذا المجال.

¹ محمد قيراط حول العلاقات العامة في المؤسسات الصحية دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الامارات العربية المتحدة، ورقة مقدمة في ندوة التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة، جامعة الامارات العربية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم الاتصال الجماهيري، العين - الامارات العربية المتحدة 1996/18/17.

- **الدراسة السابقة الثانية:** دراسة ل الطاهر أجغيم حول واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية¹، جامعتا منتوري وباجي مختار نموذجا، التي قام بها انطلاقا من أهمية الاتصال في المؤسسة الجزائرية خاصة والأسباب التي دفعته لدراسة هذا الموضوع هو الدور الذي أصبح يلعبه اتصال المؤسسة في حل مشكلات العمل والإدارة في محيط المؤسسة الى جانب حاجة حقل البحث لمثل هذه الدراسات الميدانية، والهدف هو تشخيص ووصف واقع الاتصال في المؤسسة الجزائرية، والتعرف على أهم الأساليب ووسائل نظام الاتصال المطبق في المؤسسة الجزائرية ومنها الجامعية كمجال للدراسة.

- **الدراسة السابقة الثالثة:** دراسة ل صدام رايس حول السياسات الاتصالية للمنظومة الصحية في الجزائر وسياقات التواصل في مجال التوعية الصحية دراسة تحليلية نسقية في الأبعاد الاتصالية والسياقية لبرامج التوعية الصحية بوزارة الصحة في الفترة 2015 - 2020².

وأبانت نتائج الدراسة التي توصل اليها الباحث على ضعف تركز المعطى الاتصالي ضمن السياسة الوطنية للصحة ما تسبب في غياب القدرة على وضع سياسة اتصالية توعوية واضحة المعالم مكمله وداعمة للجهود العلاجية للحفاظ على الصحة العامة. فالممارسة الاعلامية والاتصالية المرتبطة بالتوعية الصحية أخذت فقط شكل البرامج الصحية التي تمارس بشكل مناسباتي، بطابع روتيني خالي من التجديد، يرجع ذلك كونها تتبنى وفق أطر مرجعية غير أكاديمية، لا تحترم المنطلقات العلمية في بناء الاتصال الصحي ما تسبب في انقطاع قنوات التواصل مع المواطن وضعف الاستجابة للمعارف التي تسوقها.

الممارسة الإعلامية والاتصالية لوزارة الصحة في مجال التوعية الصحية تمر بالعديد من السياقات والظروف التي تلقي بضلالها على مخرجات العملية الاتصالية هذه السياقات ترتبط بالبيئة الصحية عبر مستويين يتمثل المستوى الأول في الفضاء الداخلي للإدارة المركزية الذي تنطلق منه عملية اعداد الرسالة التوعوية ونقلها الى المواطن وهو فضاء لا يوفر كل الظروف الملائمة لنجاح العمية الاتصالية ليشكل

¹ الطاهر أجغيم حول واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، جامعتا منتوري وباجي مختار نموذجا، أطروحة دكتوراه الجزء الأول، قسم العلوم الاجتماعية والديموغرافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية 2005 - 2006.

² صدام رايس: السياسات الاتصالية للمنظومة الصحية في الجزائر وسياقات التواصل في مجال التوعية الصحية دراسة تحليلية نسقية في الأبعاد الاتصالية والسياقية لبرامج التوعية الصحية لوزارة الصحة في الفترة 2015-2020، أطروحة دكتوراه الطور الثالث، تخصص اتصال تنظيمي، كلية علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3.

سياقا سلبيا يعيقها، في حين يتمثل المستوى الثاني في المحيط الخارجي للمؤسسة الصحية ومدى الانفتاح عليه وتكييف الرسائل التواصلية بما يتوافق وهذا المحيط فالسياقات السياسية و الاقتصادية، السوسيو ثقافية، والأبعاد المرتبط بالفرد وسلوكياته وتوجهاته اتجاه قضايا الصحة والمرض... الخ، كلها متغيرات أثرت على العملية الاتصالية لوزارة الصحة، واستجابة المواطن الجزائري لها، خاصة و أن القائمون على الاتصال بوزارة الصحة أهملوا هذه المتغيرات فتسببت في تقويض عملية الاتصال لغرض التوعية الصحية، وفشلها في التأثير على توجهات المواطن الجزائري اتجاه قضايا الصحة.

-الدراسة السابقة الرابعة: دراسة لمحمد هاشم السلعوس حول الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاساتها على الجمهور¹ ، وهدفت الدراسة الى تعرّف على الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي و أهميتها في التواصل مع الجمهورين الداخلي والخارجي للمستشفى ، واعتمد الباحث على المنهج المسحي في تنفيذ الدراسة مستخدما الاستبانة أداة في جمع المعلومات والبيانات ، وتكونت عينة الدراسة من جميع ممارسي العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي وعددهم (13) ممارسا، مستخدما أسلوب الحصر الشامل في تحديد عينة الدراسة وخلصت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها: أن وسائل الاعلام الجديدة تتفوق على بقية وسائل الاتصال التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المستشفى وأن جهاز العلاقات العامة في المستشفى يستخدم الأساليب الاتصالية التي تتضمن الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي وأن جهاز العلاقات العامة في المستشفى يمارس الأنشطة الاتصالية التعريفية و الاخبارية.

-وتوصل الباحث الى تقديم جملة من التوصيات لعل أبرزها تفعيل استخدام النموذج الاتصالي المثالي لممارسة العلاقات العامة في المستشفى وهو (نموذج الاتصال المتوازن) و أن تولي الادارة العليا للمستشفى عناية لائقة بجهاز العلاقات العامة، وأن تمكنه من المشاركة من صنع القرار وأن ينوع جهاز العلاقات العامة في استخدام الأساليب الاتصالية بحيث لا يقتصر اهتمامه على استخدام الاتصال، الشخصي أو الجمعي، وأن يولي عناية للأنشطة ولمطبوعات العلاقات العامة، كالمجلات والمسابقات

¹ (دراسة لمحمد هاشم السلعوس حول الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاساتها على الجمهور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد 15 العدد 2، 2018، ص ص 739 - 769

الصحفية والنشرات الاخبارية. وأن يولي جهاز العلاقات العامة الى جانب وسائل الاعلام الجديدة، اهتماما بوسائل الاعلام التقليدية الجماهيرية المتمثلة في الصحف والمجلات، والاذاعات لما تتمتع به من مصداقية وقبول لدى الجمهور.

- الدراسة السابقة الخامسة: دراسة لتحسين منصور، هيا تحسين منصور حول أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني¹، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 41، ملحق 2، 2014.

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة المتمثلة في البحوث و التخطيط و الاتصال والتقييم في القطاع الصحي الأردني ، وبيان الفروق لأثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة تبعا لبعض المتغيرات الديموغرافية و الوظيفية .اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وشمل مجتمع الدراسة جميع موظفي العلاقات البالغ عددهم 130 موظفا وموظفة في 31 مستشفى داخل العاصمة عمان، ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تصميم استبانة اشتملت على (58) فقرة حول محاور الدراسة ، وتم تحليل النتائج باستخدام الأساليب الاحصائية المناسبة مشكلة الدراسة التعرف على أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم في المجال الاتصالي.

فرضيتا الدراسة الرئيسية هما كالتالي:

الفرضية الرئيسية الأولى: - لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في عينة الدراسة. والفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق دالة احصائية لاستخدام تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

¹ تحسين منصور، هيا تحسين منصور: أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 41، ملحق 2، 2014

وتوصلت الدراسة بعد تحليل النتائج المتحصل عليها الى التوصيات التالية: ضرورة قيام ادارة العلاقات العامة بتحديث أجهزة الحاسوب بشكل دوري نظرا لحصولها على المرتبة الأخيرة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في القطاع الصحي الأردني؛ التوصية لإدارة المستشفيات بإيلاء اهتمام ببرمجيات التي تخص ادارة العلاقات العامة نظرا لارتباطها المباشر بأعمالهم و اعطاء تكنولوجيا الاتصال أهمية نظرا لدورها في المجال الصحي وتماشيا مع توجهات القيادة العليا في الأردن؛ دعوة المتخصصين في العلاقات العامة الى الاهتمام بدراسة مضامين تكنولوجيا الاتصال و أثرها على وظائف العلاقات العامة، وتنظيم دورات متسلسلة وعقد محاضرات وورش عمل مكثفة للعاملين حول استخدام تكنولوجيا الاتصال لإمكانية تطبيقها بشكل محترف؛ اجراء دراسة مقارنة لأثر تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في محافظات أخرى في القطاع الصحي الأردني.

- الدراسة السابقة السادسة: دراسة لـ خلف كريم كيوش علي حول مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة في المؤسسات الأكاديمية.¹ تعرضت الدراسة للإشكالية التالية: ما مؤشرات العلاقات العامة الممتازة في الجامعات والكليات الأهلية في وسط وهدف هذا البحث الى الكشف عن المؤشرات الادارية والمهنية التخصصية - الاتصالية الفعالة للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي و قدم هذا البحث مؤشرات ممارسة تطور العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي المحتمل لثلاث متغيرات مؤسسية وسياقية ، ادارية -مهنية تخصصية - اتصالية فعالة، لذا استخدمت الدراسة ستة مؤشرات لقياس العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي و البحث العلمي و هذه المؤشرات مستوحات من نظرية الامتياز في العلاقات العامة. فرضية البحث: هناك علاقة بين مؤشرات العلاقات (الادارية، المهنية التخصصية، والاتصالية الفعالة) وممارسة عملها الممتاز في الجامعات والكليات الأهلية في وسط العامة واستخدم البحث بصورة أساسية المنهج الوصفي واختيار عينة قصدية بلغت 38 مبحوثا (القائم بالاتصال) من ممارسي العلاقات العامة والاعلام في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي في وسط. وتوصلت نتائج الدراسة الى أن المؤشرات المؤسسية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي للمنظمة وأن المؤشرات المهنية التخصصية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي وتوافر الملكات الفنية والادارية الممتازة

¹ خلف كريم كيوش علي: مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة في المؤسسات الأكاديمية، المجلد 12، العدد 47، مجلة الباحث الاعلامي، 2020، ص ص 99-124.

فيما أوضحت المؤشرات الاتصالية الفعالة أنها تسهم في تطبيق أنموذج المتماثل للاتصال في العلاقات العامة.

- وتكمن نقاط تقاطع الدراسات السابقة مع دراستنا في النقاط التالية: ارتباطها وتقاطعها مع دراستنا مع المتغير الأساسي للدراسة وهو كيفية تفعيل العلاقات العامة في المؤسسات العمومية والصحية والمجال الصحي وكذا ارتباطها بالخلفية النظرية للدراسة التي اعتمدنا عليها نظرية الامتياز من خلال التطرق لمختلف عناصرها وأظهرت هذه الدراسات محدودية إدراك المسؤولين بالمؤسسة للدور الحيوي لجهاز العلاقات العامة وعدم اقتناعهم بأن له دور هام. نظرا لعدم الفهم الحقيقي لمفهوم العلاقات العامة وانحصارها في حيز الاعلام الايجابي وتنظيم وتنسيق الأنشطة الاتصالية للمؤسسة كما يتجلى وجود دور محدود لها في الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسات الصحية حتى في أوقات الأزمات، وانعدام قيامها بأدوارها الأساسية كالتخطيط والمساهمة في اتخاذ القرار نظرا للمكانة الضعيفة التي تحظى بها. كما أنه تتقاطع في كونها درست مؤسسات عمومية وصحية.

10- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

تفعيل العلاقات العامة:

التعريف الاجرائي لـ تفعيل (العلاقات العامة):

وهو تنشيط العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية انطلاقا من التعرف على واقع العلاقات العامة ومستويات ممارستها (الادارة العليا للمديرية أو الادارة الوسطى أو الادارة الدنيا) وصولا الى العمل بمقترحات أداء دورها بكل فاعلية، بما يضمن تحسين العلاقة المديرية بجمهورها الداخلية والخارجية، ومما يرسخ لديهم صورة حسنة عنها من خلال تعزيز الفهم المشترك والمتبادل بتبني نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه وممارسة العلاقات العامة الممتازة، بتوفير كل متطلباتها الوظيفية (باختيار الرجل المناسب في المكان المناسب الذي يتوفر على المؤهلات العلمية والمهارات الاتصالية والكفاءة المهنية) و التنظيمية (الاطار التنظيمي المحدد لكيفية نشاطها عن طريق تكليف أو تعيين مسؤول العلاقات العامة بالمديرية، وبتخصيص مكتب أو قسم أو دائرة لممارسة العلاقات العامة ومستويات ممارستها، بما يظهر الى أي مستوى اداري تنتمي و يعرفنا على دورها هل هو تنفيذي فقط أم استشاري أم استشاري تنفيذي وحدود صلاحياتها والواجبات التي تقوم بها في المؤسسة والمتمثلة في

السهر على توثيق الصلات مع الجمهور عبر رسائل اتصالية هادفة مستخدمة وسائل وقنوات اتصالية مناسبة لتحقيق أهداف مديرية الصحة والسكان بولاية المدية ووزارة الصحة.

التعريف الاجرائي:

العلاقات العامة: من أجل توضيح مفهوم العلاقات العامة نتطرق أولاً لمصطلح علاقات Relation

علاقات: Relation

وجود اتصال مباشر أو غير مباشر يؤدي الى اقامة علاقات والعلاقات تعني كذلك التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل ايجابيا وتكون حصيلة علاقات اجتماعية تعاونية أو على العكس من ذلك يكون اتجاهها سلبيا ويقود الى علاقات متوترة قد تؤدي الى التفكك والاختلاف بين الأفراد¹

التعريف اللغوي للعلاقات العامة:

يكتسي تحديد المفهوم اللغوي للعلاقات العامة أهمية بالغة لأنه يمكن الباحث من حصر الأبعاد الدلالية المتعلقة بهذا الحقل المعرفي والنفاد لحقيقة المفهوم بتشريح البناء اللفظي له.

فالعلاقات (Les Relations): هي روابط تجمع أو تربط شخصين أو شيئين² تتضمن التفاعل والارتباط، يقال: هذا الشيء له علاقة مع هذا الشيء³، أي أنه مرتبط به ومتفاعل معه.

عامة (Publique): لفظ مؤنث مذكرها عام والعامة ما خالف الخاصة أي: الجماهير المتعامل معها داخل المؤسسة وخارجها. كالجمهور العام أو مجموعة أفراد تربطهم أهداف مشتركة.⁴ وبالنظر لمعنى كلمة عامة، يمكن التمييز بين أربعة مفاهيم: فالجماعة هي مجموعة صغيرة من الأفراد يتعارفون فيما بينهم، بينما الحشد: قطاع يزيد عدد أفرادها عن عدد أفراد الجماعة والعامة: قطاع أوسع من الحشد.

¹ المشاقبة بسام عبد الرحمن: معجم مصطلحات العلاقات العامة، ط1، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص 230.

² بووزة باية: آليات التجديد في صناعة العلاقات العامة الرقمية، ط1، دار المجدد للطباعة والنشر والتوزيع، سطيف، 2021، ص 19
نقلا عن المنجد الوسيط في العربية المعاصرة، دار المشرق، بيروت، (د،س)، ص 747.

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة، نقلا عن أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، 1993، ص 347.

⁴ المرجع نفسه، نفس الصفحة نقلا عن عبد العزيز صالح: الإدارة العامة المقارنة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 304.

أما الجماهير فأكثر اتساعا من العامة. " اذن البناء اللفظي لكلمة عامة: يعني كل جماعة أو شريحة من المجتمع تكون المؤسسة أو المنظمة على علاقة بها"¹

أما في المعاجم الأجنبية فيشار إليها بمصطلح (Public Relation) ويقصد بكلمة (Public): الجمهور أو شريحة من المجتمع. أما كلمة (Relation): فتعني العلاقات مع الجمهور .

وهناك من يرى كلمة (Public) مرادفة لكلمة شائع أو جماهيري أو عام بينما تعتبر السياق الدلالي للعلاقات العامة (Public Relation) عن كلمة جمهور أو فئة أو طبقة أو جماعة تستهدف المؤسسة الاتصال بها" لأن مصطلح العلاقات العامة ترجمته: (Relation General) وهي لا تعكس حقيقة هذا العلم أو المهنة. لذا يؤكد عبد الرحمن العناد أنها ترجمة خاطئة، أما الترجمة الدقيقة لهذه الوظيفة الادارية الاتصالية الحديثة فهي «علاقات الجماهير» لأن العلاقات العامة تهتم بإيجاد العلاقات وتنميتها وتعزيزها، بين المنشآت من ناحية والجماهير من ناحية أخرى². وحسب قاموس «العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهداف مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة للمجتمع»³.

التعريف الاصطلاحي:

ظهر مصطلح العلاقات العامة Public Relation قرابة نهاية القرن التاسع عشر، وشاع استخدامه في منتصف القرن العشرين وتعددت تعريفاته بالرغم من شيوعه في أوساط العمال الا أنه كان يستخدم لوصف مجموعة متنوعة وواسعة من النشاطات مما ألبسه غموضا وابهاما فها هو قاموس (ويسترن Webster's New Collegiate Dictionary) يعرف العلاقات العامة : " بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقة جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم و كذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه"⁴.

¹ بووزة باية: المرجع سبق ذكره، نفس الصفحة نقلا عن معجم الموفق للمصطلحات الاعلامية، مركز ثقة للدعوة والاعلام، الامارات العربية المتحدة، 2000، ص 16.

² هباس رجاء الحربي: العلاقات العامة والادارة العليا، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 16.

³ فهمي محمد العدوي: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 18.

⁴ حسن صالح سليمان القضاة: ادارة العلاقات العامة مدخل في ادارة المستشفيات والخدمات الصحية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص18.

واصطلاحاً: يعرفها المركز الأوروبي للعلاقات العامة بأنها وظيفة أو نشاط إدارة مؤسسة، أو هيئة عمومية أو خاصة، لفرد أو جماعة، تهدف إلى خلق وإقامة واستمرار أو تحسين الثقة والتفاهم والود من جهة ومن جهة أخرى إقامة علاقات مع جماعات، عادة ما تسمى الجماهير، التي سواء وجدت داخل أو خارج المؤسسة فإنها تؤثر على وجودها وتطورها.¹

ويقدم معجم مصطلحات الإعلام تعريفاً للعلاقات العامة بأنها تقوم بعملية الاتصال بين المنظمات والجمهور وتشرح وتفسر كل منهما للآخر، وحتى يمكن لهذه المنظمات النجاح في كسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده أي أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد صلات ودية تقوم على أساس الفهم المتبادل.²

كما يشير معجم مصطلحات العلاقات العامة لبسام عبد الرحمن المشاقبة إلى أن مفهوم العلاقات العامة يختلف بين المختصين و قام أحد الدارسين للعلاقات العامة بتجميع نحو أكثر من سبعين تعريفاً وضعها أكثر من خمسين خبيراً في المجال ، وإذا كان بالنسبة للخبراء المتخصصين فإن المشتغلين بالعلاقات العامة يرون أنفسهم أنهم مروجون أكثر منهم أخصائيون في التوفيق و المصالحة والتفاهم أي أنهم يرون أنفسهم أصحاب مهمة وواجب رئيسي وهو اكتساب تأييد الجمهور بأي ثمن وليس الملائمة بين المؤسسة أو الهيئة ونشاطاتها وسياساتها وبين الرأي العام وبالعكس فالعلاقات العامة كما يقول الدكتور أحمد بدر ليست عمليات نشر ودعاية ذلك لأن مشكلة العلاقات العامة هي في جعلها وسيلة اتصال حقيقية أي وسيلة اتصال ذي اتجاهين من المؤسسة للرأي العام ومن الرأي العام للمؤسسة ومن أبرز التعريفات :

-العلاقات العامة: هي نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة مفسرة للجماهير وكذلك نقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الانسجام والتكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجماهير.³

-العلاقات العامة: هي جهود مدبرة وهادفة ومستمرة وهي مبنية على خطط ترمي إلى تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها.⁴

¹ رضوان بلخيري وسارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ص 169 نقلاً عن حسن الطيبي: مبادئ في العلاقات العامة، 1980، ص 23.

² المرجع نفسه، الصفحة نفسها نقلاً عن البدوي أحمد زكي: معجم مصطلحات الإعلام، 1985، ص 11.

³ المشاقبة بسام عبد الرحمن: معجم مصطلحات العلاقات العامة، ط1، نبلاء ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص ص 232- 233.

⁴ المرجع نفسه، ص 233.

-وتوصل الدكتور حسن صالح سليمان القضاة الى أن العلاقات العامة في المؤسسة الصحية عبارة عن نشاط متميز يعتمد على الفن والعلم في مجال تطبيقه حيث يعالج المشاكل والمعوقات التي تكمن في كيفية إيجاد ارتباط وثيق بين الفرد من جهة (العملاء) والمنظمة من جهة أخرى (المؤسسة الصحية)¹

التعريف الإجرائي:

من خلال التعاريف التي وردت حول العلاقات العامة نتبنى في هذه الدراسة التعريف الاجرائي

التالي:

أن العلاقات العامة في المؤسسات الصحية وعلى رأسها مديرية الصحة و السكان بولاية المدية عبارة عن نشاط متميز يعتمد على الفن والعلم في مجال تطبيقه حيث يعالج المشاكل والمعوقات التي تكمن في كيفية إيجاد ارتباط وثيق بين المنظمة من جهة (مديريةية الصحة والسكان بولاية المدية أو المؤسسة الصحية الاستشفائية والجوارية أو مراكز استشفائية جامعية) والأفراد من جهة أخرى (جمهور داخلي: موظفين أو خارجي: المستفيدين من الخدمة والرعاية الصحية) بهدف إقامة علاقات وطيدة و تعزيز التفاهم المشترك والمتبادل بينها وبين مجتمعات الجمهور الخارجي بمختلف فئاته وبينها وبين مجتمع الجمهور الداخلي المتمثل في الموظفين والعمال وجميع الفريق الطبي والعاملين داخل هذه المؤسسة.

كما نرتكز على تعريفها بأنها تلك الجهود المخططة والمستمرة والمقصودة التي تهتم بتنشيط العملية الاتصالية الإنسانية بين أعضاء مديريةية الصحة من جهة فهي تعمل على توطين وتوطيد الفهم المشترك بينهم ومن جهة أخرى بين إدارة المديرية أو المؤسسة الصحية الاستشفائية والجوارية وجمهورها الخارجي لبناء علاقات وطيدة حتى تحصل على ثقته ووفاءه لها.

قطاع الصحة العمومية:

ويطلق على القطاع الصحي وفقا للنظام الصحي الذي تتبناه الجزائر على كل المؤسسات الاستشفائية والجوارية العمومية ومختلف قاعات الصحية الناشطة في هذا المجال والتي تشرف عليهم مديريةية الصحة والسكان بالولاية واعتبار مدير الصحة والسكان المسؤول الأول عن القطاع الصحي بالولاية.

يعد قطاع الصحة العمومية أحد أهم القطاعات في الجزائر كما هو الحال لأي دولة من دول العالم، إذ تعد الصحة العمومية وصحة المواطن أعلى ما تملكه المجتمعات وهي ثروة يجب الحفاظ

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص 46.

عليها والدول المتقدمة تستثمر الرأسمال البشري وتعتبره ثروة تساهم في الاقتصاد الوطني للبلاد، إذ تهدف من خلال الخطط وتنفيذ البرامج الصحية وتوفير الرعاية الصحية بالمرافق الصحية لكل المواطنين بغرض تحسين الخدمة الصحية العمومية مما يحقق ترقية الصحة العمومية والحفاظ على صحة المواطنين.

التعريف الاجرائي: قطاع الصحة العمومي هو مكون أساسي في النظام الصحي الجزائري أنشأ في إطار القوانين والتنظيمات سارية المفعول يتكون من مجموع المؤسسات الصحية الاستشفائية والجوارية وتشرف عليه على المستوى المحلي بولاية المدية مديرية الصحة والسكان لولاية المدية (الجزائر)، والقطاع الصحي في الجزائر يشمل كل المؤسسات الصحية الاستشفائية والجوارية والمراكز الاستشفائية الجامعية والمستشفيات الجامعية ومختلف المؤسسات الصحية التابعة لها لكل ولايات الوطن.

الصحة العامة:

وعرفها الخبراء بأنها العلم الذي يدرس البيئة والظروف الحياتية المحيطة بالإنسان ومدى تدخلها في صحته وكيفية منع هذا التدخل وبالتالي الرقي في الصحة الفرد والمجتمع ومسببات الأمراض ومعالجة الحالات المرضية¹

وعرفها العالم «ونسطو» سنة 1920 بأنها فن وعلم الوقاية من المرض وإطالة العمر وترقية الصحة والكفاية وذلك عن طريق القيام بمجهودات منظمة للمجتمع.²

وعرف خبراء الصحة العامة بأنها علم يدرس البيئة والظروف الحياتية المحيطة بالإنسان، ومدى تدخلها في صحته وكيفية منع هذا التدخل وبالتالي الرقي في صحة الفرد والمجتمع ومكافحة مسببات الأمراض معالجة الحالات المرضية.³

كما عرفت منظمة الصحة العالمية بأنها علم وفن منع المرض وإطالة العمر والنهوض بالصحة وترقيتها من خلال مجهود جماعي منظم وذلك عن طريق المحافظة على صحة البيئة ومكافحة الأمراض السارية ونشر الوعي والتثقيف الصحي وتقديم خدمات طبية وصحية وتحريضية من أجل التشخيص

¹ (بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص 38 نقلا عن د. أبو الرب، مقدمة في صحة المجتمع، ص 21.

² (المرجع نفسه، الصفحة نفسها نقلا فريجات وآخرون: مبادئ الصحة العامة، ص 29.

³ (المرجع نفسه، الصفحة نفسها نقلا عن د. أبو الرب، مقدمة في صحة المجتمع، ص 21.

المبكر والعلاج السريع عن طريق إنشاء خدمات اجتماعية وتطوعية لتوفير الحد الأدنى من الرعاية الصحية والرفاهية الاجتماعية لكل مواطن¹.

التعريف الاجرائي:

نلاحظ أن تعريف ونسلوا متوافق مع تعريف المنظمة العالمية للصحة العامة إلا أن تعريف هذه الأخير أكثر شمولية ووضوح عن الصحة العامة.² ولذلك سأعتمده في هذه الدراسة والذي يشير الى أنها علم وفن منع المرض وإطالة العمر الانسان والنهوض بصحته وترقيتها من خلال مجهود جماعي منظم تشرف عليه مؤسسات وذلك عن طريق المحافظة على صحة البيئة ومكافحة الأمراض السارية ونشر الوعي والتثقيف الصحي وتقديم خدمات طبية وصحية وتحريضية من أجل التشخيص المبكر والعلاج السريع عن طريق إنشاء خدمات اجتماعية وتطوعية لتوفير الحد الأدنى من الرعاية الصحية والرفاهية الاجتماعية لكل مواطن.

¹ (بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص 38.

² (المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

11-المقاربة التي اعتمدها الباحث في دراسة: هي نظرية الامتياز للعلاقات العامة

تبنى الباحث المقاربة النظرية نظرية الامتياز للعلاقات العامة كخلفية وأرضية نظرية للدراسة نظرا لملائمة النظرية للدراسة اذ تربط النظرية بين العلاقات العامة و أداء المؤسسة وهو محور الدراسة اذ توفر اطار لفهم كيفية تفعيل العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية والجوانب العملية والتطبيقية اذ توفر النظرية مؤشرات وعناصر يمكن قياسها وتحليلها، مثل : جودة الاتصال الداخلي والخارجي ، أثر استخدام وسائل الاتصال المختلفة على صورة المؤسسة ، وتأكد النظرية أن التطبيق يختلف حسب الظروف العملية لكل مؤسسة مما يسمح بتكييف الدراسة وفق السياق الجزائري. وتعد نظرية الامتياز من النظريات الرائدة في مجال العلاقات العامة والتي اجتازت وتعدت مرحلة الحكم عليها بالمثالية وتعدتها لتقرضها التطورات الحاصلة في جميع الميادين خاصة التطورات الهائلة في تكنولوجيات الاعلام والاتصال واتساع استخدامها في جميع الميادين ولدى المؤسسات والجمهور المرتفق مما كرس أهميتها وإمكانية تطبيقها حتى على الصعيد الوطني والعالمي لأنها تجد أبعادها ومعالمها الحقيقية في انفتاح المؤسسة على محيطها المحلي والوطني والعالمي بكل مكوناته في خضم المعادلة التأثير والتأثر ، تأثير المؤسسة في بيئتها وتأثرها الدائم بها.

وتعد نظرية الامتياز نظرية عامة للعلاقات العامة " تحدد كيف تجعل العلاقات العامة المنظمات أكثر فاعلية، وكيف يتم تنظيمها وادارتها عندما تساهم بشكل كبير في الفعالية التنظيمية والظروف في المنظمات وبيئتها التي تجعل المنظمة أكثر فعالة، وكيف يمكن تحديد القيمة النقدية للعلاقات العامة. تفترض نظرية الامتياز في العلاقات العامة الحاجة الى اتجاهين متوازنين في الاتصال¹ بحيث تسعى اتصالات العلاقات العامة لتحقيق المنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها.

كما توصلت النتائج لنظرية الامتياز الى نظرية عالمية للعلاقات العامة² والتي توفر مبادئ عامة يمكن تطبيقها بفعالية في معظم الدول. وتقترح نظرية الامتياز العالمية أيضا أن تكون الممارسة في

¹ أنظر دراسة لـ خلف كريم كيوش علي: مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة، المجلد 12، العدد 47، مجلة الباحث الاعلامي، 2020، ص ص 99-124.

² أنظر كتاب العلاقات العامة في المجال الدولي لدكتور عبد الرزاق الدليمي ، دار اليازوري العلمية لنشر و التوزيع، عمان ، 2015، ص118.

الجانب المنهجي

مختلف البلدان وفق عدة ظروف محددة قد تؤثر على المنظمة وفقا لعدة عوامل خاصة تختلف من بلد لبلد ومن منظمة لمنظمة.

الجانب النظري

الفصل الأول: المدخل المفاهيمي والنظري للعلاقات العامة

تمهيد:

يمكن من خلال التطرق لتعريف الدكتور إبراهيم إمام للعلاقات العامة: أنها ذلك العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي¹ التعرف على أنه ساهم في التوصل الى أن العلاقات العامة علم تتطلب دراسته الانطلاق من دراسة سلوك الانسان و الجماعات علميا بغرض تنظيم وتأطير العلاقات الانسانية على ركائز من التعاون والتآزر والمحبة والوعي، لذا لابد من مداخل إنسانية و سوسولوجية لدراسة وفهم وتفسير الظواهر التي تحتاج الى شرح وتبسيط في خضم هذا العلم الحديث النشأة نسبيا، معرجين على النظرية البنائية الوظيفية وصولا الى أهم المقاربات العلمية الحديثة وهي بالنسبة لي كباحث نظرية الامتياز في العلاقات العامة أو نظرية العلاقات العامة الممتازة.

هذه النظرية التي على الرغم من تعرضها للنقد لكننا نرى ضرورة البحث الجاد وتفحص فيما اذا أمكن توظيفها وتطبيق نموذج الاتصال المتوازن ذو الاتجاهين بالمؤسسات الحديثة لتفعيل دور العلاقات العامة بها، بما يتناسب والعصر الحديث الذي يمتاز بتنامي ادراك هذه المؤسسات لأهمية الرأي العام و بالاستخدام الواسع لوسائل و تكنولوجيات الاعلام والاتصال من طرف الجمهور والمؤسسات، هذه الأخيرة التي تستخدمها في اطار انفتاحها على محيطها الاجتماعي والاقتصادي بتنوع قنوات الاتصال والتواصل مع جماهيرها الداخلية والخارجية بهدف كسب تأييدها و توطيد علاقتها بها.

ويشمل هذا الفصل في المبحث الأول مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات العمومية وممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية في المبحث الثاني فيما يبرز المبحث الثالث وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة لدى المؤسسة العمومية.

¹ (محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص34.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

استخدم مصطلح العلاقات العامة في أواخر القرن التاسع عشر، إلا أنه أصبح شائعاً بمعناه الحديث في منتصف القرن العشرين من الناحيتين النظرية والتطبيقية وبرز ذلك من خلال العديد من الدراسات والمؤلفات العربية والأجنبية وكما تكرر من خلال ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات العامة والخاصة في أرجاء المعمورة.

يعد لب وجوهر العلاقات العامة قيامها على التفاهم الإنساني وإنشاء الصلات الحسنة بين أطراف لها مصالح مشتركة، بين أية مؤسسة سواء أكانت تجارية أم صناعية أم خدمية أم اجتماعية أم سياسية وبين جمهورها.¹

أولاً: تعريف العلاقات العامة:

قام " جرونيج " بتعريف العلاقات العامة على أنها: " إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها ".²

كما يعرفها معجم مصطلحات الإعلام كما يلي: " أن العلاقات العامة تقوم بعملية الاتصال بين المنظمات والجمهور وتشرح وتفسر كل منهما للأخر، حتى يمكن لهذه المنظمات النجاح في كسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده أي أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد صلات ودية تقوم على أساس الفهم المتبادل ".³

كما يؤكد الممارسين والباحثين في مجال العلاقات العامة أنها ليست نشاطاً عشوائياً ولا نشاطاً وقتياً يقتصر فقط بوقوع المؤسسة في أزمة ما مع جمهور نوعي من جماهيرها وينتهي انفراج الأزمة، لكون أنشطتها طويلة مدى ونتائجها بعيدة الأثر، هذا ما يجعل من الضروري أن يكون هناك برامج لعمل إدارة العلاقات العامة يتم إعدادها واعتمادها مسبقاً من قبل إدارة المؤسسة تحدد خط سيرها الذي تسلكه جهود العلاقات العامة بما يكفل تحقيق أهدافها وأهداف المؤسسة المرجوة.⁴

¹ عبد الناصر أحمد جرادات ولبنان الشامي: مرجع سبق ذكره، ص 14

² محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص

³ رضوان بلخيري وسارة جابري: مرجع سبق ذكره، ص 169.

⁴ على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 10-11.

ويمكن تعريفها أيضا على أنها العمليات التي تستند إلى التخطيط وتكريس الجهود التي تستهدف إلى إحداث تفاهم متبادل بين مؤسسة ما وبين جماهيرها، وهذا المفهوم يحدد لنا أن العلاقات العامة هي جهود علمية وعملية تتم عن طريق المتخصصين في العلاقات العامة، وهم يمثلون القنوات الضرورية اللازمة للقيام ببرامج العلاقات العامة، واختصاصي العلاقات العامة هو الشخص الذي يعمل للوصول إلى أقصى قدر ممكن من الفهم المشترك بين المؤسسة وبين قطاعات وفئات الجمهور الذي تتعامل معها.¹

كما أنه قد ذكر في معجم مصطلحات العلاقات العامة لمؤلفه الأستاذ بسام عبد الرحمان المشاقبة أن هناك اختلاف في مفهوم العلاقات العامة بين المتخصصين فقد قام أحد الدارسين للعلاقات العامة بتجميع نحو أكثر من سبعين تعريفا وضعها أكثر من خمسين خبيرا في المجال ، وإذا كان بالنسبة للخبراء المتخصصين فإن المشتغلين بالعلاقات العامة يرون أنفسهم مروجون أكثر من منهم أخصائيون في التوفيق و المصالحة والتفاهم أي أنهم يرون أنفسهم أصحاب مهمة وواجب رئيسي وهو اكتساب تأييد الجمهور بأي ثمن وليس الملائمة بين المؤسسة أو الهيئة ونشاطاتها وسياساتها بين الرأي العام وبالعكس ، فالعلاقات العامة كما يقول الدكتور أحمد بدر ليست عمليات نشر ودعاية ذلك لأن مشكلة العلاقات العامة هي في جعلها وسيلة اتصال حقيقية أي وسيلة اتصال ذي اتجاهين من المؤسسة للرأي العام ومن الرأي العام للمؤسسة.²

فيما يرى أن من أبرز تعاريف العلاقات العامة أنها:

- جهود مدبرة وهادفة ومستمرة وهي مبنية على خطط ترمي الى تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها.

- وهي طريقة للسلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف اقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها بين المؤسسة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة وخارجها التي تتأثر بنشاط تلك المؤسسة.

- وهي كذلك نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة مفسرة للجماهير وكذلك نقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير الى المؤسسة وذلك بغية الوصول الى الانسجام والتكليف الاجتماعي بين المؤسسة وجماهيرها.³

¹ على عبودي نعمة الجبوري: المرجع سبق ذكره، ص 11 نقلا عن الربيعي، 2010 .

² بسام عبد الرحمان المشاقبة، معجم مصطلحات العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 232-233.

³ المرجع نفسه، ص 233.

ونرى أن التعاريف الثلاثة التي سبق ذكرها وقدمت بمعجم مصطلحات العلاقات العامة موفقة جدا على رغم من أن التعريف يركز على جانب ويغفل آخر إذ تبين التعريف الأول أن العلاقات العامة جهود مبدولة مستمرة بغرض تحقيق أهداف عبر خطط لتحقيق التفاهم المتبادل بين الطرفين المنظمة من الجهة وجمهورها من جهة أخرى كما يشير التعريف الثاني الى أن العلاقات العامة طريقة للسلوك كما أنها أسلوب للإعلام والاتصال لذا نلاحظ أن مكاتب العلاقات العامة تسمى كذلك خلايا الاعلام والاتصال تهدف طبعا لإقامة علاقات تملأها الثقة بين المؤسسة وفئات الجماهير الداخلية والخارجية المتنوعة والمحافظة عليها كما يبرز التعريف الثالث بأنها نشر للمعلومات والحقائق و الأفكار مشروحة مفسرة للجماهير مما يسهل فهمها واستيعابها وهي أيضا تنقل المعلومات والآراء والحقائق من الجمهور الى المؤسسة مما يمكن من التعرف على رجحان صدى سياساتها ورسائلها الاتصالية و بغية تحقيق انسجام المؤسسة وإحداث التكيف مع جمهورها.

ويعرف كرسيتيان Christian.B العلاقات العامة على أنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الاعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندوها في أزماتها ويعضدوها في أهدافها ويشجعوها في نشاطها.¹

ونرى أن هذا التعريف يشير الى نقاط مهمة جدا أولا كون العلاقات العامة نشاط يبذل جهود للتأثير على الجمهور ليحمله مساندا لنشاط المؤسسة وأهدافها ويقف الى جانب المؤسسة في حالة تعرضها لأزمة ما عن طريق تقديم له فكرة صحيحة عن المؤسسة ونشاطها وانجازاتها عبر مختلف وسائل الاعلام.

ويعرف قاموس أكسفورد العلاقات العامة أنها " فن قائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافه مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة للمجتمع ".²

ويذهب معهد العلاقات العامة البريطاني إلى تعريفها كآتي:

"أنها الجهود الإدارية المرسومة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين هيئة وجمهورها".

ويرى الدكتور محمد منير حجاب أن هذا التعريف يعني أن العلاقات العامة عمل علمي جاد ومقصود ومستمر وذلك لتتمكن من مواجهة التغيرات التي تطرأ على الرأي العام - كما أوضح المعهد من خلال التعريف الهدف من العلاقات العامة بصورة صريحة ودقيقة - و أهم ما ورد في هذا التعريف هو

¹ عادل حسن: العلاقات العامة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1984، ص 11.

² على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 12.

كلمة متبادل والتي تعني دراسة جمهور المؤسسة في عاداته وتقاليده ورغباته ووجهات نظره ومعتقداته ومشكلاته وأماله وآلامه لكي تتمكن إدارة المؤسسة من أخذ هذه العوامل بعين الاعتبار وشرح سياستها للجمهور بلغة بسيطة و سهلة ليتمكن من إدراكها وفهمها مما يساعد على الفهم المشترك بينهما هذا ما يجعله يقبل على تأييد المنظمة والتعاون معها.¹

وتعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها " وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة، وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها (اتجاهها) وأن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة".²

نرى أنه يمكن اعتبار هذا التعريف شمل العديد من النقاط المهمة ولعل أهمها تطرقه إلى كونها وظيفة إدارية مستمرة تتسم بالانتظام وإبرازه لطابع المؤسسة الممارسة لنشاط العلاقات العامة سواء كانت عامة أم خاصة تسعى من خلالها الى تحقيق مشاركة وتأييد الجمهور المتعامل معها وكسب تفهمه باستغلال البحوث الاستقصائية للجماهير لمعرفة اتجاهاتهم نحوها ويظهر ذلك من خلال مراعاة المؤسسة للجماهير عند إعداد سياساتها و مختلف قراراتها وإسهامها في إعلامهم عن هذه الأخيرة عن طريق قنوات الإعلام مما يحقق مصالح الطرفين (المؤسسة والجمهور)

ولعل من بين التعاريف الهامة للعلاقات العامة والذي قدمه الدكتور محمد منير حجاب في كتابه العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة اذ يعرفها على أنها الجهود الإدارية الخلاقة المخططة والمدروسة والمستمرة الهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين المؤسسة وجمهورها لتحقيق الأهداف ومصالح الأطراف المعنية، ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع ، والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات و الأفكار و شرحها و تفسيرها ، و تطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة".³

¹ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 34.

² على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 12.

³ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 36.

من خلال هذا التعريف يرى الباحث أن التعريف تضمن كون العلاقات العامة هي جهود إدارية بالدرجة الأولى مخططة تركز على التخطيط المسبق والمدرّوس الذي يسعى إلى العمل على بناء جسور علاقات تتسم بكونها علاقات صحيحة صادقة وذات مردودية عالية تعتمد التفاعل والاتصال المتبادل بين المؤسسة وجمهورها وطرق الإقناع والتأثير كأساس لعملها والذي يخدم تحقيق الانسجام مع جمهورها وبيئتها.

وكذا تعريف آخر "جريزويلد" يؤكد من خلاله على أهمية بحوث العلاقات العامة والتخطيط في هذا المجال وكذا أهمية الاتصال في تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجمهورها كما يؤكد ضرورة الحرص على أن يراعى في ذلك مصالح الجمهور ويتضمن هذا التعريف بأنها "الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا الجمهور وتفاهمه".¹

كما عرّف "رّكس هارلو" العلاقات العامة بأنها " فن وعلم يبحث في كيفية إقامة علاقة طيبة بين المؤسسات من ناحية والأفراد والجمهور من ناحية أخرى" وهذا التعريف يشير إلى أن العلاقات العامة تتوفر فيها الجانب العلمي فهي تعتمد عليه دعماً لجانبها العملي إذ تعتمد على المنهج العلمي في أداء دورها من حيث جمع الحقائق عن الهيئة وعن الجمهور وتحليل هذه الحقائق ثم تخطيط برامج العلاقات العامة كما أن هذا التعريف يعتبر أيضاً العلاقات العامة فن أي أنها تعتمد على مهارة القائم بعملية العلاقات العامة وحسن تصرفه وتجديده وابتكاره.²

وقدم الدكتور علي فلاح الضلاعين وديكاترة آخرون في كتابهم الإعلام وإدارة الأزمات تعريف للعلاقات العامة كونها هي ذلك الجهد المنظم، والتخطيط المستمر، الذي يهدف إلى تحقيق التواصل البناء بين المؤسسة وجمهورها - الداخلي والخارجي - ساعياً إلى تحقيق مصالح الطرفين والعمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، وذلك من خلال فهم الوسط المحيط بها.³

وهناك مفاهيم جديدة أوجدها الإعلام الرقمي إذ فرض على العلاقات العامة ضرورة التواصل مع الجمهور المستهدف، وأصبحت العلاقة بين طرفين كل منهما يؤثر على الآخر وهما المرسل والمتلقي،

¹ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 35.

² منال محمد رحال: مرجع سبق ذكره، ص 21.

³ علي فلاح الضلاعين وآخرين: الإعلام وإدارة الأزمات، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 181.

وأصبح على ممارسي العلاقات العامة وضع خطط يومية تشتمل على كافة الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها مع جماهيرها المستهدفة.

- ضرورة أن تفتح العلاقات العامة على جميع المجتمعات التي ترغب في التعامل معها، وعلى ممارسي العلاقات العامة أن يتعرفوا على سمات واحتياجات الشعوب التي يرغبون في التواصل معها، ومن خلال الإعلام الجديد أصبحت كافة المعلومات متاحة، والتي يمكن من خلالها التعرف على وضع مجتمع معين.¹

- سهلت مواقع التواصل الاجتماعي الاتصال بين العميل أو الجمهور وبين الشركة من خلال البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية أو حتى الاتصال المباشر أما فيما مضى فكان التواصل بين الجمهور والشركة يأخذ وقتا طويلا.²

- أتاح الاعلام الرقمي امكانية قياس رد فعل الجمهور من خلال ممارسي العلاقات العامة.

ثانيا: خصائص ومبادئ العلاقات العامة

1. خصائص العلاقات العامة

- عندما يتحدث عن العلاقات العامة كثيرا ما يتحدث عن نشاط الذي تمارسه وفي هذه الجزئية سنتطرق الى خصائص وسمات نشاط العلاقات العامة المقتبسة من كتاب (wilcox, 1989):³
- **الخاصية الأولى:** يعد نشاط العلاقات العامة نشاط مدروس مما يعني أنه نشاط مقصود وبأنه صمم من أجل التأثير والعمل على كسب المزيد من تأييد الجماهير.
 - **الخاصية الثانية:** يتسم بأنه نشاط مخطط لكونه ينطوي على متى يبدأ ومتى ينتهي النشاط في أوقات محددة مسبقا وبتنظيم محكم.
 - **الخاصية الثالثة:** يعد نشاطها انجازا فالعلاقات العامة ترتكز على السياسات الفعلية والانجاز الواقعي للأفراد والمؤسسة.
 - **الخاصية الرابعة:** يقترن نشاط العلاقات العامة بتحقيق رغبات الجمهور إلى جانب تحقيق أهداف المؤسسة والمجتمع ككل.
 - **الخاصية الخامسة:** تستخدم العلاقات العامة الاتصال في الاتجاهين أثناء إعداد وتنفيذ نشاطها.

¹ حنان أحمد سليم: العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2019، ص 15.

² نفس المرجع، ص 15.

³ على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 72.

- **الخاصية السادسة :** يعتبر نشاط العلاقات العامة وظيفية إدارية لأن دورها يصبح فعالا وهاما عندما تساهم في اتخاذ القرار الإداري للمؤسسة و دورها لم يكن لينحصر في مجرد نشر الأخبار ومعلومات تظهر بعد اتخاذ القرار من طرف الإدارة العليا ، وذهب عالم العلاقات العامة " ادوارد بيرنيز " (Edward Bernnays) إلى تأكيد الدور الاستشاري الذي تلعبه العلاقات العامة إذ يقول " إن مجلس العلاقات العامة يتحقق من توافق أو عدم توافق بين الرؤساء و الجمهور ثم يقدم النصيحة للرئيس لتحويل اتجاهات أو قرارات معينة كما يعمل على توضيح الكيفيات الصحيحة والسليمة لإبلاغ الجمهور وإقناعه.
- **الخاصية السابعة:** نشاط العلاقات العامة مستمر يهدف الى اقامة علاقات حسنة مع الجماهير ثم المحافظة على تلك العلاقات وصيانتها فنشاطها يتميز بالاستمرار أينما كان وضع المؤسسة مستقرا في أريحية أو أثناء المشكلات والأزمات وكما يعمل على وقايتها من الأزمات التي قد تواجهها في المستقبل.¹

2. مبادئ العلاقات العامة:

إن المشتغلين بالعلاقات العامة يسترشدون في المجال العملي بأسس ومبادئ نذكرها فيما يلي:

- كسب ثقة الجماهير .
- نشر الوعي بين الجماهير .
- مساهمة الهيئة أو المؤسسة في رفاهية المجتمع .
- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق .
- إتباع الأسلوب العلمي.²

¹ على عبودي نعمة الجبوري: المرجع سبق ذكره، ص74.

² محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 47 - 48.

المبحث ثاني: أنواع العلاقات العامة

هناك معايير عديدة يمكن من خلالها تصنيف أنواع العلاقات العامة فمن حيث طبيعة الاتصال يمكن تقسيمها إلى: علاقات عامة بسيطة وعلاقات عامة مركبة.

ومن حيث طبيعة النشاط الممارس واختصاصاته تنقسم العلاقات العامة إلى:

علاقات اجتماعية، علاقات إنسانية وعلاقات صناعية.¹

ووفقاً لمجالات التطبيق يوجد من يقسمها كما يلي: علاقات عامة في مؤسسات صناعية، علاقات عامة في مؤسسات المنفعة العامة ومنها العلاقات العامة في المؤسسات الصحية التابعة لقطاع الصحة، علاقات عامة في المؤسسات الاقتصادية والمالية وغيرها، علاقات عامة في مؤسسات الاجتماعية، علاقات عامة في مؤسسات الإعلامية الخ.

كما أن هناك تقسيم رابع للعلاقات العامة وفقاً لنوع الجمهور إلى أنواع عديدة لعل أهمها:

علاقات عامة مع الأفراد، علاقات عامة مع العملاء، علاقات عامة مع المساهمين، علاقات عامة مع الموردين وعلاقات عامة مع الموزعين... الخ.²

¹ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 65

² محمد منير حجاب: المرجع نفسه، ص 65 - 66.

المبحث الثالث: أهمية وأهداف العلاقات العامة

تعد العلاقات العامة ذات أهمية فمن خلالها يتم التعرف على اهتمامات الجماهير وطريقة تفكيرهم مما يمكن إدارة المؤسسة من التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية المتنوعة لأفراد المجتمع. والمؤسسات بحاجة ماسة إلى العلاقات العامة على عكس ما تراه بعض المؤسسات القليل التي لم تعر هذا المجال أهمية والعنصر البشري يحتاج إلى العلاقات العامة بشكل يومي. وقد فسرت أهمية العلاقات العامة للمؤسسات والمنظمات بمجموعة من النقاط لعل أهمها:

- هناك أهمية للعلاقات العامة في سياسات المؤسسة أو المنظمة وبرامجها وأساليبها العملية في التعامل مع المجتمع.
- العلاقات العامة توصل اتجاهات وتوجهات المجتمع بما فيه من الفئات الجماهيرية المتنوعة للإدارة وتعمل على نقل وجهات إدارة المؤسسة إلى المجتمع المحيط بها.¹

أولاً: أهداف العلاقات العامة في المؤسسة:

يرى الدكتور اسماعيل محمد عامر في كتابه العلاقات العامة والتطور الرقمي الذي أصدره (سنة 2021، ص 10) حول أهداف العلاقات العامة في المؤسسة كما يلي:

يتم تعيين خبراء العلاقات العامة لتقديم المنظمة في أفضل صورة ممكنة، وينشأ خبراء العلاقات العامة صورة ايجابية للمؤسسة في أذهان العملاء المستهدفين بخدماتها، فالعلاقات العامة ضرورية لجعل عمال المؤسسة أكثر وضوحاً وفهماً من قبل الشخص العادي، وعادة ما تتحقق هذه الغايات من خلال:

- تحسين صورة وسمعة المؤسسة: خبير العلاقات العامة يجعل المؤسسة ومنتجاتها وعلاماتها التجارية رائجة بين جمهورها المستهدف، ويجعله أكثر حاجة لها وفهماً لخدماتها.
- إدارة الجانب الإعلامي للمؤسسة: تنظيم البيانات الصحفية، والنشرات الإخبارية والمقابلات، ونشر الأحداث بشكل مستمر عبر وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الاتصال ووسائطها.

¹ كامل خورشيد مراد الاتصال الجماهيري والاعلام، ص 386.

- التعامل مع الموارد البشرية: ففي بعض المؤسسات قد لا يخصص قسم للموارد البشرية وهنا يمكن لمدير العلاقات العامة القيام بهذه الوظيفة عبر نشر طلبات التوظيف للمؤسسة بشكل دوري وإجراء مقابلات مع طالبي العمل واتخاذ قرارات التوظيف أو التعاقد حسب الدكتور اسماعيل محمد عامر.
- إدارة علاقات المؤسسة مع المؤسسات الأخرى: يسعى خبراء العلاقات العامة جاهدين للوصول الى أكبر عدد ممكن من العملاء المحتملين سواء أفراد أم مؤسسات وفي النهاية يكتسبون أقصى عرض لمؤسساتهم وعلامتهم التجارية، يرتبط المزيد والمزيد من الأشخاص بعلامتهم التجارية وترتفع إيرادات المؤسسة تلقائياً، كما يعتبر من وظيفته إدارة علاقة المؤسسة أو الشركة مع المؤسسات الأخرى سواء الحكومية أو التي تعتبر مكملة لأعمالها.
- إدارة الأزمات والمشكلات: لا بد من إبراز دور خبير العلاقات العامة عندما يصبح حاسماً تحت أي نوع من الأزمات أو الظروف غير المواتية، إن دور خبير العلاقات العامة في هذه الحالة هو الحفاظ على سمعة مؤسسته.

ثانياً: أهداف أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة:

تتمحور أنشطة العلاقات العامة ووظائفها لتحقيق هدفها الرئيسي وأهدافها الفرعية

حول:

- بناء اسم المنشأة وإصباح هذا الاسم بسمعة وشهرة تلقى استحسان الجماهير التي تتعامل معها المنشأة.
- ضمان توظيف أحسن العناصر البشرية في المنشأة وذلك من خلال ضم الكوادر البشرية والكفاءات التي ترغب في العمل في المؤسسة خاصة إذا ما اشتهرت بسمعة حسنة.
- نصح المنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعي اتجاهات الرأي العام من خلال الجماهير المتصلة بالمؤسسة والاستعانة بصدى المرتد من تلك الجماهير في التنبؤ بنجاح سياساتها.
- استخدم الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات العامة وتطبيقها كالقيام بالاستقصاءات رأي الجمهور حول موضوع معين يهتم المؤسسة أو أسلوب العينة الاستطلاعية لأراء الجمهور وكذا تطبيق بحوث الرأي العام.
- تعمل على الحصول على رضا المجتمع واعتراف الرأي العام وكسب تأييده .

- مساعدة إدارات البيع في المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي والربحي على زيادة مبيعات المنشأة وتحسين خدماتها للجمهور ودعم سمعتها.
- مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها إدارة أو المؤسسة ومساعدتها على تجاوزها بأقل خسارة ممكنة.¹

ثالثا: طبيعة علاقة التأثير والتأثر بين العلاقات العامة وإدارة المؤسسة العمومية

- لقد حققت العلاقات العامة نموًا كمفهوم إداري وكوظيفة خلال نصف القرن الماضي جراء فهم دوافع الأفراد والجماعات ومطالبهم ويظهر ذلك من خلال ما يلي:
- أصبح كسب تأييد الآخرين وتعاونهم وثقتهم عن طريق الإقناع جزءًا من العمل اليومي للقيادة الإدارية.
 - تنامي دور العلاقات العامة في الحياة التنظيمية باعتبارها منهجًا علميًا منظمًا وأداة اتصال رئيسية في المنظمات الحديثة، فازداد تأثيرها الديناميكي على مختلف أوجه النشاط للمؤسسات المعاصرة سواء من خلال ممارسة وظائفها الإدارية، وفي تفاعلها مع محيطها الخارجي وهو ما يحقق التكيف والموائمة مع التغيرات السريعة التي تميز المجتمع المحيط بها.
 - وعرفت المؤسسات توصيفها بأنها تعتبر نظام مفتوح يبدأ بمدخلات من بيئة المؤسسة ويعيدها في شكل مخرجات إلى البيئة المحيطة بها وهذا ما يجعل للاتصال أهمية بالغة في بقاء واستمرار نشاط المؤسسة.
 - تركز وظيفة العلاقات العامة على تكوين صلات بين المنظمة و جماهيرها الداخلية والخارجية بهدف الوصول إلى أقصى درجات الفهم المتبادل والمعرفة المتكاملة بين الطرفين، مما يسهم في رفع الكفاءة الإنتاجية وزيادة فعالية الوظائف الإدارية والذي يعتبر حوصلة نهائية لنشاط العلاقات العامة داخل المنظمة والذي يسعى إلى الرقي لصورة المؤسسة لدى جماهيرها.²
 - تأثر عمل العلاقات العامة بالكيان العام لأية مؤسسة كما عملت على إيضاح أن أنشطتها شاملة لكل هياكل وكيان المؤسسة وكل ما يتصل به وما يصدر عنه وما يمثله طبعًا.
 - كما تسهم في انجاز الأهداف الاتصالية كنتاج لها، لتنفيذ نشاطات العلاقات العامة.³
 - تعد العلاقات العامة ميكانيزمًا يتميز بالديناميكية من خلال تقديم خدمات تحتاج إليها المؤسسات المعاصرة نظرًا لما يلي:

¹ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 62 - 63.

² محمد صاحب سلطان: مرجع سبق ذكره، ص 69.

³ علي فلاح الضلايين وآخرين: مرجع سبق ذكره، ص 70.

- تتميز بقلّة تكلفتها مقارنة مع الوسائل والطرق الأخرى للاتصال ونشر الرسائل فمثلا هي أقلّ تكلفة من الحملات الإعلانية لترويج المنتجات أو الخدمات الجديدة في التلفزيون، مما يجعل تفضيل المؤسسة حملات العلاقات العامة الترويجية لذات المنتج أو الخدمة.

- يفضل الاتصال المكثف بمختلف الوسائل والطرق التي تستخدمها العلاقات العامة مستهدفة جمهورها الحالي والمستقبلي، يمكن تكوين الرأي لجمهور مؤيد نحو المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة.¹ إن الدكتور محمد صاحب سلطان يرى أن العلاقات العامة أصبحت حتمية وضرورية في مختلف المنظمات الحديثة، حيث تعد أداة في نمو المنظمة ونشاطها، وكجزء أساسي متكامل مع مختلف مكونات وأجزاء الهيكل التنظيمي للمؤسسة ونظرا إلى عدد وحجم الأنشطة والمسؤوليات تعد ترجمة علمية لما يمكن أن تقوم به العلاقات العامة، في تحقيق الأهداف الشاملة لنمو وربحية المنظمة بالاعتماد على توثيق العلاقة و تكاملها بين جهاز العلاقات العامة ومختلف الأجهزة الإدارية على الصعيد الداخلي للمؤسسة كالتسويق والمبيعات و المستخدمين و الإنتاج و غيرها.²

في رأي الباحث لقد أصاب إلى حد بعيد الدكتور كونه يرى أن العلاقات العامة حتمية هذا العصر، وضرورية لاستمرار نشاط المؤسسة والحفاظ على بقاءها، مهما اختلف نوع المؤسسة أو المنظمة ومهما اختلف حجمها وطبيعة نشاطها، كما تطرق الى جزئية مهمة كون العلاقات العامة تعتبر أداة حيوية لتحقيق نمو المؤسسة وتطوير أنشطتها كما يبرز كونها جزء أساسي يندرج ضمن المؤسسة، ومتكامل مع مختلف مكونات وأجزاء الهيكل التنظيمي للمؤسسة وهي تلعب دور مهم في تحقيق أهداف المؤسسة.

رابعا: أهمية الاتصال للعلاقات العامة

يعد الاتصال فعال في العلاقات العامة وسيلة وليس غاية في حد ذاته، إذ يجعل العملية الإدارية تتم بسهولة ويسر، إضافة إلى كون الاتصال يساعد على انجاز التخطيط الإداري بالفعالية اللازمة، فهو يساعد على التنفيذ الفعال لبرامج العلاقات العامة، والتطبيق الفعال للرقابة القبلية والبعديّة، فضلا عن ضرورته للتوجيه الإداري، فالمدير كما نعلم يقوم بوظائفه الإدارية ويجعل من الاتصال وسيلة لهذه العملية.³

¹ علي فلاح الضلاعين وآخرين: مرجع سبق ذكره، ص 70.

² المرجع نفسه، ص 70 - 71.

³ محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 13

كما أن الاتصال السليم جزء من الكل تقوم به الإدارة، يجب على مدير العلاقات العامة أن لا ينظر إلى الاتصال كعمل أساسي في حد ذاته بل عليه أن ينظر إليه كجزء مهم (جزء جوهري) من عمله، إذ لا يعيق الإدارة الجيدة إلا صعوبة الاتصال ذلك لأن سوء عملية تنفيذ العملية الإدارية يكون مرجعه الاتصال الضعيف أو السيئ.

مفهوم الاتصال للعلاقات العامة ينبغي أولاً أن نتعرف على الإبعاد الاتصالية للعلاقات العامة:

- فالإتصال باعتباره وظيفة ليس منفصلاً مباشرة عن الوظائف الأخرى، فهو ضروري لممارسة التنظيم، والتخطيط والرقابة والمتابعة لأنشطة العلاقات العامة كما أنه ضروري لتحديد مستوى الكفاءة الإنتاجية ورفع الروح المعنوية للعاملين وذلك لتحقيق أهداف قسم العلاقات العامة والمؤسسة ككل.
- وتسهم العلاقات العامة في القيام برسم السياسة الاتصالية للمؤسسة بكل ما تشمله من أبعاد وتتابع هذه السياسة وتطورها وتعديلها بما تقتضيه التغيرات الحاصلة في بيئتها.¹
- وتلتزم إدارة العلاقات العامة أثناء مباشرتها لوظائفها وأنشطتها ببرامج محددة مسبقاً مما يحقق أهدافها وأهداف المؤسسة، وتنفيذ هذه البرامج يتطلب منا استخدام الاتصالات مع فئات الجماهير المتعددة والمتنوعة المستهدفة بهذه البرامج. وهي تستخدم في ذلك الوسائل والقنوات الاتصالية المتاحة المناسبة لإعداد الرسائل الاتصالية وتكتيكات واستخدام أساليب التأثير والإقناع. *
- الاتصال هو جوهر أي برنامج للعلاقات العامة وأن الخطوات الأخرى التي تتضمنها عملية العلاقات العامة تصمم لجعلها فعالة ومؤثرة. نستخلص مما سبق في إطار الأبعاد الاتصالية يمكن أن نعرف الاتصال للعلاقات العامة بأنه تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات بين طرفي العملية لاتصال داخل التنظيم وخارجه. باستخدام وسيلة معينة خلال إطار موقعي محدد يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم مما يسهم في انجاز الأهداف المحددة للعلاقات العامة.

¹ (محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، المرجع سبق ذكره، ص 29).

المبحث الرابع: المدخل النظري للعلاقات العامة

سنتطرق في هذا المبحث الى المدخل النظري للعلاقات العامة، فنتطرق أولاً الى مفهوم نظرية الامتياز في العلاقات العامة وثانياً الى المداخل النظرية في دراسة العلاقات العامة وثالثاً الى النموذج والنظرية في دراسة العلاقات العامة.

أولاً: مفهوم نظرية الامتياز في العلاقات العامة

1- نظرية الامتياز في العلاقات العامة

الكثير من الباحثين و الممارسين يرون في نظرية الامتياز في العلاقات العامة نظرية رائدة في مجال العلاقات العامة وقد اجتازت مرحلة التشكيك و الحكم عليها بالمثالية لتفرضها التطورات السريعة في جميع الميادين، خاصة المتعلقة بنشاط المؤسسة وثورة تكنولوجيات الاعلام والاتصال و استخدامها اليوم في جميع الميادين ولدى المؤسسات المعاصرة، وحاجة هذه الأخيرة لتبادل المعلومات مع الجمهور المرتفق بها مما شجع الكثير منها على تبني الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه، مما كرس أهميتها وإمكانية تطبيقها حتى على الصعيد الوطني والعالمي، لأنها تجد أبعادها ومعالمها الحقيقية في تبني النظام المفتوح للمؤسسة على بيئتها المحلية والاقليمية والعالمية بكل مكوناتها في خضم معادلة التأثير والتأثر ، تأثير المؤسسة في محيطها الاجتماعي والاقتصادي وتأثرها الدائم بها.

وتتكون صياغة نظرية الامتياز في العلاقات العامة من المبادئ العامة الأصلية، والتطبيقات الخاصة بها التي يقال عليها بأنها أثبتت جدارتها في اختبارها عبر ثقافات مجتمعات مختلفة، وليثبت عليها بأنها تطبق استراتيجيات عالمية، كونها أدرجت مفاهيم مفيدتين لرأي مدرستين تنظيريتين سائدتين في العلاقات العامة متعددة الجنسيات.

وتعد نظرية الامتياز نظرية عامة للعلاقات العامة تحدد كيف تجعل العلاقات العامة المنظمات أكثر فاعلية وكيف يتم تنظيمها وإدارتها عندما تساهم بشكل كبير في الفعالية التنظيمية، والظروف في المنظمات وبيئتها التي تجعل المنظمات أكثر فعالية، وكيف يمكن تحديد القيمة النقدية للعلاقات العامة، وتعد نظرية التميز امتداداً لنظرية النظم التي تتكون من أربع نماذج لشرح العلاقات العامة وكان الهدف الأولي هو وصف وإيجاد خصائص العلاقات العامة الفعالة التي تمارسها المنظمات العاملة في الولايات

المتحدة آنذاك. ووضحت النظرية أن قيمة العلاقات العامة في العلاقات بين المؤسسة والعامة أي الجمهور. ووضع النظرية جيمس جرونج وفقا لدراسة امتدت 15 سنة شملت حوالي 327 منظمة، وتحدد المبادئ التي يجب أن تتمتع بها دوائر العلاقات العامة حتى تكون متميزة في أداء عملها¹

ويأتي المفهوم الأول لنظرية الامتياز التي تعرف بنظرية الأصول العامة والتطبيقات الخاصة أو محددة كمزيج من الرأيين يؤدي الى نتيجة أفضل، وفعالية حقيقية. أما الأساس الثاني من النظرية "عامة/خاصة" فهو في التمييز بين برامج العلاقات العامة من جانب، وإدارة الاتصال من جانب آخر. والأهم من ذلك تفترض النظرية الحاجة الى اتجاهين متوازيين في الاتصال بحيث تسعى اتصالات العلاقات العامة لتحقيق المنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها، كما تضمنت النظرية تحديد المواقع للمسؤولين الأعلى في العلاقات العامة مع الادارة العليا والانفصال عن التسويق بحيث يمكن للعلاقات العامة أداء أدوارها الادارية كالمسح البيئي، وبناء العلاقة مع جميع أصحاب المصلحة، والمساهمين الآخرين في الفعالية.²

و "نظرية التميز"³ حسب ما يشير اليه (James E. Grunig & Larissa A. Grunig) اذ يشير الى أنه الاسم الذي أطلقه زملاؤهما على مجموعة متكاملة من النظريات متوسطة المدى التي استخدمت في دراسة استمرت 15 عامًا برعاية مؤسسة أبحاث الجمعية الدولية لاتصالات الأعمال (IABC) وقد ساعدتنا هذه النظريات المتكاملة، التي تم تطويرها في سبعينيات وثمانينيات، في تفسير قيمة العلاقات العامة للمنظمة وتحديد خصائص وظيفة العلاقات العامة التي تزيد من قيمتها.

ويضيفان أنه غالبًا ما يتم فهم أو تفسير استخدامهما لكلمة "التمييز" بشكل خاطئ، كمصطلح رمزي لا يمكن لأحد "معارضته بشكل عقلائي" أو لم نقصد من خلال مصطلح إمبريالي يوحى بأن منظرنا كانوا أفضل من المنظرين الآخرين في الواقع يضيفان، اخترنا مصطلح "الكفاءة" عن براءة أثناء اجتماع تخطيط البحث مع أعضاء مجلس إدارة مؤسسة IABC للأبحاث في عام 1984.

¹ محمد محب عبد الحميد: مدخل الى العلاقات العامة، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، 2024، ص 94-95.

² المرجع نفسه، ص 96.

³ James E. Grunig & Larissa A. Grunig: Excellence Theory in Public Relations: Past, Present, and Future, in book ansgarZerfass, Betteke van Ruler: Public Relations Research. European and international Perspectives and Innovations, p 327.

في ذلك الوقت تم بيع أكثر من 5 ملايين نسخة في 16 لغة من كتاب بيترز وواتمان (1982) "البحث عن التميز"؛ واقترح أحد المجالس أنهما من خلال البحث كانا يبحثان فيه عن التميز في العلاقات العامة وإدارة الاتصالات، ويضيفان كذلك أنهما أسقطا عبارة "البحث عن" من اسم الدراسة لتجنب نسخ عنوان بيترز ووترمان.

أجرى بيترز ووترمان (1982) أبحاثاً لتحديد خصائص الإدارة في الشركات التي وصفوها بأنها ممتازة. لقد عرّفوا "التميز" بأنه مريح بشكل مستمر.. قام بيترز ووترمان بدراسة 43 شركة مريحة بشكل مستمر وحددا ثماني سمات للإدارة تشترك فيها هذه الشركات. لم يكن بيترز ووترمان من علماء الإدارة الوحيدين في ذلك الوقت الذين استخدموا مصطلح "التميز" أو شيء مشابه لتطوير مؤشرات أفضل الممارسات في الإدارة.

2- المبادئ العامة لنظرية الامتياز في العلاقات العامة

وتتمثل هذه المبادئ في عشر مبادئ:¹

➤ اشراك العلاقات العامة في الادارة الاستراتيجية:

تسمح مشاركة العلاقات العامة في وظيفة الادارة الاستراتيجية باتخاذ قرارات أكثر شمولاً، وسياسة تنظيمية أفضل من منظور الجماهير وقرارات أكثر دواما ومستويات أعلى من الرضاء ولا بد من تمكين وظيفة العلاقات العامة من تقديم تقرير مباشر الى الرئيس التنفيذي من أجل تقديم المشورة بشأن الأمور التي تشتمل على الجماهير، والقيم، وصنع القرار الأخلاقي.

➤ تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيم أو علاقة الابلاغ المباشر مع الادارة العليا:

يجب ادراج الادارة الاستراتيجية للعلاقات العامة باعتبارها جزءا لا يتجزأ من الادارة الاستراتيجية للمنظمة ككل، ولكي يحدث ذلك لابد أن يكون المسؤول التنفيذي الأول للعلاقات العامة عضوا في الائتلاف المهيم للمنظمة، وأن يكون لكبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة علاقة ابلاغ مباشر مع كبار المديرين الذين يشكلون جزءا من الائتلاف المهيم، وهم الذين يتخذون قرارات استراتيجية للمنظمة.

¹ (محمد محب عبد الحميد: المرجع سبق ذكره، ص 95-96).

➤ وحدة العلاقات العامة برئاسة مدير وليس فني:

ان أقسام العلاقات العامة الممتازة تضم مهنيين لديهم معرفة ادارية ومهارات بحث، فان المعرفة البحثية المطلوبة لتقسيم الجمهور واجراء التقييم، ولا بد أن تسند ادارة العلاقات العامة دوما الى مدير علاقات عامة محترف، وليس مجرد شخص بارع في المهارات الفنية للكتابة، بل يجب أن يمتلك هذا المدير المعرفة البحثية اللازمة لجمع المعلومات ، وتسهيل حل النزاعات و المشاركة في ادارة القضايا، ووضع الميزانية وادارة موظفي ادارة العلاقات العامة و ادارة وظيفة الاتصال من الناحية الاستراتيجية وحل المعضلات الأخلاقية، وبالتالي العمل على زيادة فرصهم من قبل التحالف المهيمن في المنظمة.

➤ الأخلاق والنزاهة:

وأضاف الباحثون المتميزون الأخلاق والنزاهة كاعتبارات هامة بعد أربع سنوات من نشر دراسة التميز مع اعادة تحديد أهمية الالتزام بأخلاقيات العلاقات العامة، والشعور بالمسؤولية الاجتماعية بدرجة كافية لتكون مبدأ مستقلا من مبادئ نظرية الامتياز (التميز).

➤ نظام متماثل للاتصال الداخلي:

وتعتبر أنظمة الاتصال الداخلية القائمة على الحوار مهمة لبناء العمل الجماعي وزيادة مستوى معنويات الموظفين ورضاهم الوظيفي وتقليل معدل دوران الموظفين، اضافة الى أن أبحاث القضايا تمكن المدراء من تحديد المشكلات في وقت مبكر حتى يمكن حلها قبل تصاعدها.

➤ العلاقات العامة هي وظيفة ادارية منفصلة عن الوظائف الأخرى:

ينبغي لإدارة العلاقات العامة الممتازة أن تكون مستقلة عن وظائف التسويق أو الموارد البشرية أو التمويل أو غيرها من الوظائف التنظيمية، ولا يمكن للعلاقات العامة أن تحدد جميع أصحاب المصلحة الرئيسيين وأن تطور أنشطة العلاقات العامة استراتيجيا الا إذا كانت مستقلة وظيفيا.

➤ امكانات المعرفة للدور اداري وعلاقات عامة متماثلة:

ان المعرفة اللازمة لممارسة الدور الاداري في إدارة العلاقات العامة متناظرة، فإدارة العلاقات العامة الممتازة لديها المعرفة اللازمة لإدارة العلاقات العامة بشكل متناظر بحيث يمكنها اجراء البحوث المتطورة لفهم الجمهور من جهة، ويمكنها أيضا المشاركة في التفاوض وحل المشاكل بشكل تعاوني من جهة أخرى.

➤ نموذج تماثل ذو اتجاهين¹

يكتسي استخدام ادارة العلاقات العامة الممتازة لنموذج العلاقات العامة التماثل ثنائي الاتجاه أهمية لها. لأن تقديم النهج القائم على الحوار قد أظهر فعالية أكبر من أي نهج آخر في حل الصراعات ومنع المشاكلات وبناء العلاقات مع الجماهير الاستراتيجية والحفاظ عليها.

➤ التنوع المتجسد في جميع الأدوار:

ويتولى وظائف ادارة العلاقات العامة الممتازة رجال ونساء على حد سواء، والمجموعات العرقية المختلفة في جميع الأطوار، ومن المهم أن يكون لدى ادارات العلاقات العامة مهنيين متنوعين في جميع أدوار الوظيفة بحيث تكون القرارات والاتصالات شاملة لوجهات نظر مختلفة، فالشمولية تولد التميز، لأنها تقلل من مشاعر الاغتراب الناتجة من الاستبعاد أو عدم التماس أفكار وآراء بعض الجماهير.

➤ وظيفة العلاقات العامة المتكاملة:

وظيفة العلاقات العامة المتكاملة لها حق الوصول الى السلطة في جميع مستويات المنظمة ووظائفها. العلاقات العامة ليست كيانا معزولاً، ولا يتم التعدي عليه أو احتوائه في وظائف التسويق أو غيرها من الوظائف، ولكن لديها درجة من الاستقلال الذاتي.

ثالثاً: التطور التاريخي لنظرية الامتياز في العلاقات العامة

3- التطور التاريخي لنظرية الامتياز في العلاقات العامة:

بدأ عالم العلاقات العامة James E. Grunig ورفقاه عام 1976 بإجراء سلسلة من الدراسات بهدف الكشف عن سلوك العلاقات العامة في المنظمات، فتوصل عام 1984 الى أربع نماذج لوصف أساليب ممارسة العلاقات العامة تعرف بنماذج (جرونج وهانت) وهي: نموذج الوكالة الصحفية، نموذج المعلومات العامة، نموذج اللامتوازن ثنائي الاتجاه، والنموذج المتوازن ثنائي الاتجاه.

وبهدف تطوير هذه النماذج الأربعة، والانتقال الى مرحلة أكثر عمقا تعد منطلقاً لنماذج الممارسة تم طرح مجموعة من الأبعاد لوصف ممارسة العلاقات العامة في البيئات المختلفة، وتشمل تلك الأبعاد: شكل الاتصال، تأثير الاتصال، ومدى توازنه، الوسيلة، والأخلاق.

ويبدو بأن الانتقال من النماذج الى الأبعاد لم يكن سوى مرحلة انتقالية، مهدت الطريق لجرونج ورفيقه لبلورة هذه النتائج والخروج بنظرية شاملة، فمن خلال العمل على النموذج الرابع (النموذج المتوازن

¹) Ansgar Zerfass Bettke Van Ruler, krish namurthy, Public Relations reauserch, european and international perspective and innovation, Editorial office Barbara, 2008, p-p 337.

ثنائي الاتجاه) وفق الأبعاد الأربعة، وبعد اختبار صلاحيته في مختلف البلدان والثقافات، تمكن من صياغة نظرية الامتياز في العلاقات العامة.

2- الظروف المحددة (المتغيرات العامة):

يمكن القول أن ذكر المبادئ العامة لتحديد التميز في ممارسة العلاقات العامة، فإن نظرية التميز قد عرضت المتغيرات الهامة التالية، والتي يمكن أن تفسر أهم نقاط ضعف هذه المبادئ في بعض الدول من مختلف أنحاء العالم:¹

- **الثقافة واللغة:** ان هذا العنصر بالغ التعقيد ويشكل مفهوما غامضا والذي عادة يصعب تعريفه ودراسته، ولكنه يؤثر على التعريف بالثقافة، ومن ثمة فان دراسة تأثير الثقافة على ممارسة العلاقات العامة يعتبر من العوامل المهمة، وذلك بسبب أن العلاقات العامة والاتصال تعتبر متزامنة و مترابطة وهناك أربع تصنيفات هامة تعرف المجموعات الثقافية، التي تم تسليط الضوء عليها وتحليلها من حيث قوة تأثيرها على ممارسات العلاقات العامة وهي:

* تعزيز الفردية أو الجماعية؛

* المسافات الاجتماعية بين القوي والضعيف (مسافة السلطة)؛

* مدى تجنب حالة عدم اليقين أو الترحيب بها (تجنب عدم اليقين)؛

ومدى سيطرة الذكور أو الاناث.

- **الحراك (مدى النشاط):** ان النشاط يمثل مصطلح بالغ التعقيد والذي يرتبط الى حد كبير مع مفهوم العلاقات العامة فهو يؤثر على مجال العلاقات العامة الدولية بشكل خاص كما أن شكل ومدى النشاط يختلف بحسب الدول والثقافات، وذلك على ضوء نوع النظام السياسي، الاقتصادي والاجتماعي السائد في كل مجتمع

-**المتغيرات السياسية والاقتصادية:** ان نوع النظام السياسي والاقتصادي لدولة ما ودرجة الحرية المسموح به والمطبقة تعتبر من المحددات الرئيسية لاحتمالية التميز في ممارسات العلاقات العامة فعلى سبيل المثال يمكن القول بأنه في النظام السياسي المتسلط غالبا ما يتم كبح حرية التعبير والممارسات الديمقراطية وبناء عليه فان مثل هذه الأنظمة قد تعزز البروباغاندا (الدعاية) بدلا من تعزيز الصحافة الاحترافية لأنها تحجب المعلومات عن الجمهور وبالتالي تعيق ممارسة العلاقات العامة المحترفة.

¹ عبد الرزاق الدليمي: العلاقات العامة في المجال الدولي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 120-122.

- نظم وسائل الاعلام: ان نوع نظام وسائل الاعلام السائدة في أي مجتمع يؤثر على طريقة تعامل وممارسات العلاقات العامة. كما أن درجة حرية التعبير عن الرأي المسموح بها في وسائل الاعلام اضافة الى مستوى تطور وتعقيد نظام وسائل الاعلام يؤثر على قدرة العاملين في مجال العلاقات العامة على القيام بوظائفهم باحترافية وتمكينهم من اىصال وجهات نظرهم الى الجمهور بشكل فعال.

- مستوى التنمية: يشير الى درجة تحقيق النمو الاقتصادي والتكنولوجي لإحدى الدول. ان التطور المستوى كثيرا ما يحدد الجهات التي تسيطر على مجال العلاقات العامة، وفي الدول المتطورة فان العلاقات العامة تمثل وسيلة لتنافس السوق أما الدول النامية فهي تساعد الدولة على التحالف مع مواطنيها.

3-الانتقادات التي وجهه لهذه النظرية:

بالرغم من أن النظرية قد أخذت في الاعتبار هذه الظروف والمتغيرات السياقية، الا أن البعض من علماء ما بعد الحداثة أمثال: باردان وهولتروسن، وبيترسون وتندل (Bardhan and Holtzhausen Petersen and Tindall) قد انتقدوا هذه النظرية، وتحذوا أن تصمد خصوصا و أن ظروف ما بعد الحداثة تتطلب أشكالاً مختلفة من أساليب وممارسات العلاقات العامة حيث تساءلوا على وجه الخصوص عن مدى نجاح تطبيقها لدى بعض الدول غير الغربية ومع ذلك يرى (جرونج) و (ويكفياد) بأن ذلك لا يختلف عما سبق، أن أشارا اليه بأن العلاقات العامة ليست هي نفسها في كل مكان، و أن هناك أدلة علمية متصاعدة تؤكد مدى فائدة هذه النظرية وبالتالي فان ذلك يشير الى بروزها بشكل واضح. بالإضافة الى بعض الانتقادات والمتمثلة فيما يلي:¹

- 1- رؤية العديد من الباحثين بأنها خيالية ومثالية وغير واقعية من ناحية التوازن في الاتصال.
- 2- أنها غير صالحة للتعميم عالميا.
- 3- وحدة التحليل التي تركز عليها دراسات الامتياز لا تزال دولة واحدة.
- 4- لاحظ (فاندر ميدين) أن النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه غير واقعي لأنه يشير الى أن المنظمات يجب أن تقدر مصالح جمهورها أكثر من مصالح المنظمة.
- 5- أن العلاقات العامة التعاونية بالكامل أضاف Leichy أنها ليست ممكنة في بعض الحالات، وأشار الى أن افتقار ممارسي العلاقات العامة للسلطة داخل المنظمة يزيد من تقييد التعاون.

¹ (محمد محب عبد الحميد: المرجع سبق ذكره، ص 97.

ويمكن الإشارة الى نماذج جرونج الأربعة للعلاقات العامة بشكل موجز لكوننا سنتطرق لها لاحقا اذ أن البحث الذي قدمه جيمس جرونج James Grunig أضاف العديد من النظريات الحديثة إلى الكم المعرفي للعلاقات العامة وأبرزها نظريته حول النماذج الأربعة للعلاقات العامة ونظريته حول المواقف العامة ومناقشته للاتصال المترابط ثنائي الاتجاه، ويمكن ذكرها كآتي:

-وكالة الصحف: اتصالات من جهة واحدة، أساسا من خلال وسائل الإعلان، لتوزيع المعلومات التي يمكن أن تكون مبالغ بها، وغير متناسقة.

-المعلومات العامة: توزيع للمعلومات من جهة واحدة، ليس بالضرورة بهدف الإقناع، يقوم على مبادئ الدقة والاكتمال للصحافة، ووسائل الإعلام هي القناة الأساسية، كان Ivy Lee، أول من نادى بهذا الأسلوب منذ 1910 - 1920 وصاعدا.

-نموذج الاتجاهين غير المتناسق: الهدف هنا الإقناع العلمي، والاتصالات باتجاهين، مع اثار غير متوازنة، القائد التاريخي لهذا النموذج ادوارد بيرينز خلال العشرينات.

-نموذج الاتجاهين المتناسق: الهدف هنا الحصول على فهم متبادل.

يستخدم البحث الرسمي للتعلم كيف يدرك الجمهور المؤسسة وتحديد النتائج على الجمهور. ان مجالات الممارسة اليوم تشمل المؤسسات التي تشارك في تعريف القضايا، إدارة الأزمات والمخاطر، والتخطيط طويل الأجل¹.

وهو نموذج نظرية الامتياز للعلاقات العامة ولإدراك والتعرف على هذه النظرية والسياق الذي ظهرت فيه وتبلورت فيه ويمكن القول بأنها سبقت زمنها في رأيي هذا ما جعلها في تلك الفترة تتعرض لانتقاد، لكن التطور السريع للتكنولوجيات الاعلام والاتصال وتعميم استخدامها في كل دول العالم بما فيها دول العالم الثالث بعد جائحة كورونا وانفتاح المؤسسات على محيطها ادراكا منها ضرورة توطيد الصلات مع جمهورها عن طريق التواصل معه بفتح قنوات اتصالية تسمح بالتواصل المتبادل في الاتجاهين بين المؤسسة وجمهورها جعل هذه المقاربة تطرح من جديد بشكل ملح لتحقيق علاقات عامة ممتازة تحقق أهداف المؤسسة ورضا جماهيرها. وهذا ما يجعلنا نعرض على المداخل النظرية لدراسة العلاقات العامة وصولا الى تبلور نظرية الامتياز للعلاقات العامة ودراسة ما مدى امكانية تطبيق نموذج الامتياز للعلاقات

¹ (عبد الرزاق الدليمي: العلاقات العامة في المجال الدولي، مرجع سبق ذكره، ص 47).

العامة، و يفضل الباحث التسمية العلاقات العامة الممتازة مما تدل على الارتقاء بالعلاقات العامة الى مستوى آخر أعلى من ماهي عليه عادة .

ثانيا: المداخل النظرية في دراسة العلاقات العامة

هناك عدة مداخل نظرية في دراسة العلاقات العامة سنشير اليها فيما يلي:

عند قيام أي باحث بدراسة معمقة حول مجال العلاقات العامة من الضروري أن يبده دراسته من نقطة انطلاق محددة تمثل خط انطلاق لعملية البحث فالعلم ينشأ على مرتكز نظري و منهجي، و هنا كانت الاستعانة بالمداخل النظرية شيئا أساسيا لتحقيق مزيد من التفسير بكل موضوعية في دراسة العلم والعمل على وضع أسس وقواعد واضحة عريضة تكون بمثابة الأرضية الصلبة له، فالعلاقات العامة كعلم استفادة من العلوم الاجتماعية المختلفة من خلال الاستعانة بها كخلفية نظرية تسهم في إرساء قواعد هذا العلم الذي يتسم بالحدوث، و يفتقر إلى منطق نظري محدد يسهم في دراسته أو تطبيقاته، ومن هنا كان ولا بد أن نتعرض لبعض المداخل النظرية السوسيولوجية، والاتصالية و غيرها والتي يمكن أن ينظر إليها كموجهات نظرية ومنطلق يمكن أن تبدأ منه العلاقات العامة السليمة مما يحقق التكامل بين الجانب العلمي والتطبيقي¹.

1- سوسيولوجي:

لقد كانت الحاجة الدائمة إلى تحديد العلاقات العامة من الناحية النظرية والتطبيقية دافعا لسعي العديد من الهيئات لتحديدها ومن بينهم الاتحاد العالمي للعلاقات العامة الذي أشار إلى أن العلاقات العامة تمثل علما اجتماعيا بشقيه الأكاديمي والتطبيقي، فالنظريات في مجال العلاقات العامة تهدف إلى شرح وتوضيح وضبط كل ما يتعلق بالعلاقات العامة كعملية. ودراسة النماذج النظرية تستمد ضرورتها لكونها تقدم وصفا تحليليا تركيبيا للظواهر كما تصف مفردات المؤسسة من منظور إحصائي تحليلي (استاتيكي تحليلي)، أما الوصف التركيبي فيمدنا بالمفردات والفروض التي توضح لنا العلاقات بين

¹ (شودان علي شبيه : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016، ص 86.

عناصر المؤسسة من المنظور الديناميكي، وبهذا فهناك موجّهات علمية ونظرية لكل علم، والعلاقات العامة بوصفها علم تهتم بوصف العناصر المميزة والظاهرة للوظائف والعمليات الاتصالية والاجتماعية.

ويهدف السعي الى بناء أساس نظري للبحث و الدراسة في ميدان العلاقات العامة الى تطوير هذا المجال، و هناك من علماء أمثال " برووم " "Broom" - " سنتر Center " ، " كتليب Cutlip " من عمل على وضع أسس نظرية لدراسة العلاقات العامة كما عمدوا الى اللجوء لاستخدام و توظيف نظريات الاتصال، عند تطبيق العلاقات العامة¹ باعتبارها تمارس أنشطة اتصالية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وهي تستخدم في أداءها لوظائفها الوسائط الاتصالية المختلفة، بينما عمد بعض منظري العلاقات العامة إلى توظيف النظرية الحديثة للتنظيم في دراسة كل ما يتعلق بالظواهر التنظيمية كما أكدوا أن بناء النظرية في العلاقات العامة يحتاج إلى فهم الأصول النظرية لعلم الاجتماع . وتوجد أربع نظريات اجتماعية تمثل الأطر للعمل في مجال العلاقات العامة مثل التفاعلية الرمزية و نظرية التبادل ونظرية الصراع وكذلك النظرية البنائية الوظيفية وبالإستعانة بهذه النظريات يمكن بناء إطار للعمل والدراسة يسهم في التعرف على سلوك الأفراد داخل المؤسسات و بناؤها ، وشبكة العلاقات بين المؤسسة و جمهورها ومجتمعها الخارجي².

1.1- التفاعلية الرمزية:

يعتبر منظور التفاعلية الرمزية محاولة نظرية ومنهجية تقوم على أسس سيكولوجية لامتداد جذورها للمدرسة السلوكية والدراسات السابقة لعلماء الاجتماع، و بالخصوص المهمة بفهم التفاعل والعلاقة بين الأفراد و تأثير تلك العلاقات على المجتمع ولعل أبرز رواد تلك النظرية 'هبريت ميد' و 'كولي' و ' بلومر ' وهي تفترض أن الواقع أو الحقيقة هو ما يعتقدّه الأشخاص بالفعل مما يعني أن التفاعل الاجتماعي و العلاقات الاجتماعية تتحدد عن طريق المعاني التي يكونها الأفراد المتفاعلين ، وتؤكد التفاعلية الرمزية على أن الأفراد يستخدمون الرموز في تفاعلهم مع بعضهم البعض و من هنا تعد الظاهرة الاجتماعية نتاجاً مستمراً للتفاعل بين الأفراد، مما يجعل التنظيم من وجهة نظر هذه النظرية نتاجاً للتفاعلية الرمزية³.

¹) voir revue de Communication et organisation,4/2012 .1-5. Axel Gryspeerd: Théories des relations publiques de la communication.

²) علي عبودي نعمة الجبوري: إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 116.

³) شدوان على شبيهه: مرجع سبق ذكره، ص 87 - 88.

- كما لخص 'بلومر' القضايا الأساسية للتفاعلية الرمزية في ثلاث مقدمات:
- أ- ان الكائنات الانسانية تسلك ازاء الأشياء في ضوء ما تتطوي عليه تلك الأشياء من معان ظاهرة لهم.
- ب- أن تلك المعان هي نتاج للتفاعل في المجتمع الانساني.
- ت- أن هذه المعاني تتعدد وتتشكل خلال عملية التأويل التي يستخدمها كل فرد في تعامله مع الرموز التي تواجهه.¹

2.1- نظرية التبادل: Exchange Theory

تؤكد نظرية التبادل على أن البناء الاجتماعي يعد نتاجا للتبادل الاجتماعي بين الأفراد، وعملية التبادل بين الأفراد والتنظيمات يحقق نوعا من التوازن بين المدخلات والمخرجات، ويفترض هذا المنظور أن الأفراد يشكلون ويدعمون علاقاتهم. ومن رواد هذه النظرية "بيتر بلاو" و "جورج هومانز" و"ريتشارد إمرسون" وإن الجذور التاريخية لتلك النظرية مثلها مثل التفاعلية الرمزية في النظرية السلوكية « Behaviorism » وتختلف مع التفاعلية الرمزية في أنها تستمد بعض ملامحها من النموذج الوضعي. وتقوم نظرية التبادل على دراسة سلوك الأفراد داخل المؤسسة ودراسة الدوافع.²

3.1- نظرية الصراع: Conflict Theory

يبدو أن أصول مدرسة الصراع في علم الاجتماع المعاصر يعود إلى إسهامات "كارل ماكس" التي قدمها خلال تحليلاته لبناء المجتمع و لتتعلق الاتجاهات النظرية و البحثية المعاصرة، و التي تدور حول فكرة رئيسية مفادها " أن الصراع حقيقة اجتماعية ". وأكد ماركس أن الصراع هو المقولة الرئيسية في الحياة الاجتماعية كما يرى " كارفر" أن عندما يسود التعارض و اللاتوازن تبرز المشكلات الأخلاقية والعلمية و نظرية الصراع الاهتمام لكونها تسهم في تحليل التغيير و التقدم الاجتماعي و تساعد على تفسيرهما و كون هذا المنظور يقدم استبصارا لظاهرة التنظيم و لقد أكد " ماكس " على عملية الانتاج كوحدة للتحليل و تقترض النظرية أن الصراع يعد جزءا حتميا " Inevitable " من التفاعل الاجتماعي.³

¹ (شوان على شبيهه: مرجع سبق ذكره، ص 90.

² (المرجع نفسه، ص 91.

³ (المرجع نفسه، ص 94 - 95.

4.1- النظرية البنائية الوظيفية:

- ترى النظرية البنوية الوظيفية والتي كان روادها كل من "هربرت سبنسر" و "تالكوت بارسونز" و"روبرت سيرتن" و "هانز كيرث" و"سيرايث ملز" بعشرة مبادئ أساسية متكاملة هي:¹
- يتكون المجتمع أو المؤسسة أو الجماعة مهما يكن غرضها وحجمها من أجزاء أو وحدات مختلفة بعضها عن بعض وبالرغم من اختلافها إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجاوبة واحدها مع الأخرى.
 - يمكن تحليل المجتمع أو المؤسسة أو الجماعة تحليلاً بنويًا وظيفيًا إلى أجزاء وعناصر أولية أي أن المؤسسة تتكون من أجزاء أو عناصر لكل منها وظائفها الأساسية.
 - تتكامل الأجزاء التي تحلل إليها المؤسسة أو الظاهرة الاجتماعية إذ كل جزء يكمل الجزء الآخر وأن أي تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد أن ينعكس على بقية الأجزاء، وبالتالي يحدث بما يسمى التغيير الاجتماعي وهذا ما يجعل تفسير النظرية البنوية الوظيفية للتغيير الاجتماعي بتغيير جزئي يطرأ على أحد الوحدات أو العناصر التركيبية، وهذا التغيير سرعان ما يؤثر في بقية الأجزاء.
 - كل جزء من أجزاء المؤسسة أو النسق له وظائف بنوية نابعة من طبيعة الجزء.
 - الوظائف التي تؤديها المؤسسة أو الجماعة أو يؤديها المجتمع إنما تشبع حاجات الأفراد المنتمين أو حاجات المؤسسات الأخرى فإنما تكون حاجات أساسية أو اجتماعية أو روحية.
 - الوظائف التي قد تؤديها المؤسسة أو الجماعة قد تكون وظائف ظاهرة أو كامنة أو وظائف بناءة أو هدامة، فزيادة أجور العمال قد تكون شيئًا سلبيًا إذا ما كانت على حساب توازنات المؤسسة الاقتصادية و إيجابيًا إذ يمكن أن تساهم في تشجيع الاستهلاك مما يزيد من مبيعات المؤسسة للمنتج فيحفز زيادة الإنتاج.
 - وجود نظام قيمي أو معياري تسيّر البنى الهيكلية للمجتمع أو المؤسسة في مجاله، فالنظام القيمي هو الذي يقسم العمل على الأفراد ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه.

ويجد المتخصص للمنظور البنائي الوظيفي انه من أهم المنظورات وأكثرها واقعية حيث ينظر إلى المؤسسة باعتبارها شبكة للعلاقات الاجتماعية، بحيث أن استمرار التنظيم ووجوده يعتمد أساسًا على مدى التوافق والانسجام في شبكة العلاقات. ومن ثم فإن دراسة دور العلاقات كإدارة في ظل البنائية الوظيفية يضع لها دور محدد في التنظيم بما يحقق الكفاءة والفاعلية في الأداء. ويمثل المنظور البنائي الوظيفي

(¹) احسان محمد الحسن: النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 56-57.

إطار للعمل يشمل البنائية و تمتد الأصول النظرية لذلك المنظور في النموذج العلمي الوضعي في كتابات " ايميل دوركايم ، وماكس فيبر و توكوت مارسونز ، و روبرت ميرتون " وترى هذه النظرية أن الظاهرة الاجتماعية توجد كنتيجة للتفاعل داخل الأبنية الاجتماعية وتكون الوظيفة هي تعزيز ذلك البناء، كما تنظر للتنظيم باعتباره رمزا للتفاعل الاجتماعي أو نتاجا للتبادل الاجتماعي بحيث يحدث نوع من التوازن بين العلاقات، وتفترض (البنائية - الوظيفية) أن التنظيم وعلاقاته يعد جزءا من نسق أكبر ، وتلك العمليات التي تؤدي إلى وجود تلك التنظيمات مثل التعاون، الصراع، الاتصال تحدث كنتيجة للتفاعل بين أجزاء معينة في النسق وتتكيف مع بعضها البعض من أجل حماية البناء ككل.

ويعد النموذج البنائي - الوظيفي نموذجا ذاتيا، إذ يفهم السلوك في نطاق معناه الذاتي عند الفاعل، والأفراد من وجهة النظر البنائية - الوظيفية يمارسون أنواعا شتى من الأفعال، وأثناء تلك العملية يشكلون صلات وإذا ارتأى أن من ضروري الحفاظ على هذه العلاقات الاجتماعية فلا بد من وجود أنواع أخرى من النشاطات الجزئية التي تهدف إلى الحفاظ على الكل.¹

5.1-نظرية النسق:

تعتبر إدارة العلاقات العامة نسقا تنظيميا فرعيا من النسق التنظيمي الأكبر الذي تعمل من خلاله والذي ينتمي بدوره إلى نسق مجتمعي أكبر يتبادل معه التأثير و التأثير، وقد تكون إدارة العلاقات العامة نسقا تنظيميا مفتوحا وذلك إذا ما كان النسق الأكبر الذي يضمها يسير وفقا لذلك النظام، وهنا تتمكن من أداء دورها بالكفاءة و الفاعلية المطلوبة أما إذا كانت تلك الإدارة تعمل من خلال نسق تنظيمي مغلق فإنها تنسحب عليها تلك الصفة بالتبعية، وقد يكون النسق التنظيمي مفتوحا ولكن لا يعطي لإدارة العلاقات العامة الفرصة لممارسة ذلك الدور بل يتعامل معها على أنه نسق يتلقى ولا يرسل ، يتأثر ولا يؤثر و حتى وان أتاحت لها فرصة التأثير فإنها تكون في أضيق الحدود الممكنة، مما يعد معوقا و محجما لإمكانيات تلك الإدارة وهو ما تتسم به معظم تنظيمات المجتمعات النامية.²

وتعد نظرية النسق العام مدخلا عاما يقوم على أساس أن أهداف الأفراد ومصالحهم غالبا ما ترتبط بالنسق الكلي الذي ينتمون إليه.

¹ على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 125.

² نفس المرجع، ص 130.

2- المداخل الأساسية في دراسة الإدارة

هناك عديد المداخل يمكن أن تساهم بشكل كبير في دراسة العلاقات العامة، ومنها المداخل الأساسية في دراسة الإدارة، لتكون توطئة لدراسة العلاقات العامة إذ أن الدكتور عبد الحميد بهجت قد حصر هذه النظريات أو المداخل الأساسية لدراسة الإدارة في كتابه " الإدارة العامة " فيما يلي:¹

- المدخل الإداري- المدخل القانوني - المدخل السلوكي - المدخل الهيكلي - المدخل المقارن - المدخل البيئي - مدخل تحليل النظم.

وستنطرق بشيء من التفصيل لهذه المداخل فيما يلي:

1.2-المدخل الإداري:

يعتبر هذا المدخل أن الإدارة نشاط يحتمه التعاون الإنساني في ظل شبكة معقدة من العلاقات المتبادلة بين الأفراد و المنظمات، وفي إطار هذه العلاقات يجري استخدام مجموعة من الموارد والإمكانيات من أجل تحقيق أهداف متفق عليها، و لا يوجد اختلاف كبير في الجوهر حول ذلك النشاط الإداري الذي يتم في المنظمات الحكومية أو منظمات الأعمال، فالإدارة كنشاط تتضمن القيام بمجموعة من الوظائف الإدارية، قد يدمجها البعض في وظائف ثلاثة أو يفصلها البعض فتصبح أربعة أو أكثر و هذه الوظائف يقوم بها المدير سواء كان يعمل في الجهاز الحكومي أو في منظمات الأعمال و بالرغم من أهمية هذا المدخل حيث أنه يركز على العملية الإدارية إلا أنه يشوبه بعض أوجه القصور فيما يخص :

- كون كتاب الإدارة لم يصلوا بعد إلى قائمة موحدة تضم الوظائف الأساسية للإدارة.
- تتصف الوظائف بالديناميكية حيث أنه يمكن القول بأن وظيفة التخطيط هي الأولى ويليها التنظيم أو الإشراف والتوجيه ولكنها كلها حلقة متصلة يصعب الفصل بينها أو تحديد متى أو أين تبدأ أو أين تنتهي؟
- ويرى الدكتور محمد منير حجاب أن تركيز هذا المدخل على الوظائف الإدارية سيبعد الدراسة تماما عن معالجة المشاكل الفنية الخاصة بها كما أنه يتعارض مع الهدف من الدراسة وهو تناول البعد البيئي في تأثيره على العملية الإدارية.²

¹ محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 102.

² المرجع نفسه، ص 102 - 103.

2.2- المدخل القانوني:

بالرغم من أن هذا المدخل أقدم المداخل في دراسة الإدارة العامة لكونه يهتم بدراسة القوانين والتشريعات المنظمة للنشاط الإداري، وما يترتب عليها من حقوق والتزامات لكافة الأطراف. ويقدم صورة نموذجية لما يجب أن يكون عليه الأداء في إطار القوانين السارية، وهو يفيد في نقد وتوضيح نقاط ضعف الكامنة على أساس الدور الحيادي الذي يلعبه الفقه والقضاء في الحياة بشكل عام، إلا أنه قد أخذ بفسح المجال لمداخل أخرى وخصوصا المدخل الإداري والبيئي والسياسي.

كما أنه يواجه انتقادات حادة كونه يهتم فقط برؤية جانب واحد فقط في العملية الإدارية وهو الجانب المتصل أساسا بالإطار القانوني للتصرفات وكما حددها التشريع واللوائح الإدارية، ويغفل عن الإدارة كنشاط يتصل بمجموعة من العمليات ذات الجوانب الفنية والبيئية والسلوكية.¹

3.2- المدخل السلوكي:

تجدر الإشارة الى أن هذا المدخل تشكل نتيجة لإسهامات علم النفس والاجتماع وعلوم الاتصال بشكل أساسي وعلوم أخرى كالاقتصاد والسياسة والدين وغيرها من العلوم الإنسانية.

وبرز تأثير المدرسة السلوكية على الإدارة بشكل واضح في أعقاب الحرب العالمية الثانية، واستهدف معرفة الجوانب التي تؤثر على السلوك الإنساني وتجعله يتصرف بطريقة معينة، فالسلوك البشري لا يحدث من فراغ ولكنه نتيجة لمثير خارجي أو دافع داخلي وهو عادة موجه لتحقيق هدف أو إشباع حاجة معينة.

كما يرى أنصار هذا المدخل أن المنظمة هي في المقام الأول تجمع أنساني نواته الفرد، ويتحرك الفرد ساعيا إلى إشباع حاجته بطريقة ديناميكية مؤثرا على الآخرين ومشكلا للحركة الكلية للمنظمة. وطبعا هناك تأثير من المنظمة على نمط وطريقة وحركة الفرد نحو إشباع هذه الحاجيات. وبما أن الفرد بشكله الفردي أو في تكوينه الجماعي هو محور النشاط فإنه من المهم أن يخضع للدراسة وأن يكون هو نقطة انطلاق نحو هدف النشاط الإداري.

¹ (محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 103 - 104.

ويهتم هذا المدخل بدراسة الدوافع والحاجات ونظام القيم وأنماط القيادة وأسلوب تكوين الجماعات والتنظيمات الرسمية وغير الرسمية والصراعات التنظيمية وكيفية تحقيق التوازن وأساليب ممارسة السلطة. كما يعاب على هذا المدخل التركيز على الجوانب السلوكية لأداء الأفراد داخل المنظمة، ويغفل دور الجوانب الفنية والمهنية والجوانب البيئية.¹

4.2- المدخل الهيكلي:

يركز هذا المدخل على دراسة الهيكل التنظيمي للمنظمة والأجهزة التابعة لها، وبالتالي فان موضوعات مثل أسلوب تقسيم أو تجميع الأنشطة أو الخدمات وأساليب التنسيق وتحديد الاختصاصات وأساليب ونظم ترتيب وتوصيف الوظائف وغيرها من الموضوعات المتصلة بالتنظيم الإداري، تحظى بأهمية خاصة في هذا المدخل.

وتتلخص فكرته كما يقول الدكتور اسماعيل صبري مقلد في كتابه "دراسات في الإدارة العامة" أن الإدارة التنفيذية للمنظمة تستطيع أن تباشر مسؤولياتها و تقوم بوظائفها على النحو الأمثل إذا ما روعي في تصميم الهياكل الإدارية في المنظمة معايير تنظيمية فنية، تتمثل في التوصيف الدقيق للهيكل التنظيمي وتحديد دائرتي السلطة والمسؤولية بطريقة متوازنة، وضمان التنسيق الملائم بين التخصصات وتوفير نظام رسمي للاتصال و الأخذ بقاعدة التسلسل القيادي لضمان التماسك والانضباط التنظيمي و العمل على تقرير وسائل الرقابة على مختلف العمليات التي تتم داخل المنظمة.

ويعاب على هذا المدخل أنه على الرغم من أنه يعطي أهمية فائقة للخرائط التنظيمية إلا أنه لا يستطيع أن يتابع ويفسر النشاط الإداري وهو في حالة الممارسة، حيث يحدث التفاعل بين الهيكل و الأفراد و البيئة ضمن تفاعل مستمر.²

5.2- المدخل المقارن:

يحاول هذا المدخل تكريس فهم وتفسير النشاط الإداري للمنظمات، من خلال مقارنة نماذج دولية مختلفة بعضها ببعضها الآخر، فتقارن الإدارة الحكومية في فرنسا مثلاً بألمانيا أو مع المملكة المتحدة أو

⁽¹⁾ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 104 - 105.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 105.

الولايات المتحدة أو مصر بغرض نقل التجارب والحلول الناتجة بين الدول المختلفة بدلا أن تقوم كل دولة بجهود خاصة مكلفة في هذا المجال.

ويعزى الاهتمام بهذا المدخل إلى تقدم وسائل المواصلات والدور الذي تلعبه المؤسسات الدولية في مجال تقديم الخدمات الاستشارية كالأمم المتحدة والمنظمات التابعة لها، وشيوع ظاهرة تبادل الخدمات والخبرات بين الدول وبالنظر لزيادة عدد البلدان النامية المستقلة حديثا والتي تتشابه في ظروف تطورها وطبيعة المشكلات الإدارية العامة بها.¹

6.2- المدخل البيئي:

يركز هذا المدخل اهتماماته على دراسة وتحليل نشاط إدارات في المنظمة من خلال الفهم الحقيقي للعوامل البيئية بهذا النشاط، فالمنظمات الإدارية لا تعمل في فراغ ولكنها تعمل ضمن بيئة تحكمها عدة عوامل سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية وتشريعية، تكونت عبر العديد من المراحل التاريخية ومن خلال تفاعل العديد من الأحداث والمؤثرات الداخلية والخارجية. ويرى أنصار هذا المدخل أن كلما اتفق النظام الإداري مع العوامل البيئية السائدة كلما كانت فاعليته أكبر فإذا كانت مثلا الوضعية المادية لها أهمية بالنسبة للمجتمع فانه من الممكن التأثير على الأداء الإداري من خلال الحوافز المادية.²

7.2- مدخل تحليل النظم:

يفيد هذا المدخل في فهم وتحليل الموقف العام للنظام الإداري ككل، وفهم الموقف الإداري في كل إدارة أو جهاز إداري، على أساس أنه نظام فرعي له، كذلك يساعد هذا المدخل في فهم العلاقات المتداخلة بين هذه الأجهزة، وكذلك بينها وبين البيئة المحيطة، وأهم من ذلك أنه يساهم في فهم عملية التفاعل بين مختلف العوامل والمؤثرات التي تتشكل القرارات والسياسات على ضوءها بطريقة معينة.

والنظام هو كل يتكون من عدد من الأجزاء يطلق عليها الأنظمة الفرعية أجهزة - إدارات - وظائف - تعمل مع بعضها بطريقة متسقة مكونة في وحدتها و حركتها الجماعية شيئا مختلفا في طبيعته عن الطبيعة المنفردة لكل جزء منها، ذلك أن الوظيفة المستقلة أو الدور المستقل لكل جزء من الأجزاء يصبح إيقاعا منسجما مع بقية وظائف و أدوار الأجزاء الأخرى، على النحو الذي يشكل دورا عاما

¹ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 106.

² المرجع نفسه، نفس الصفحة.

أو وظيفة عامة للنظام الكلي، هي نتاج الحركة الكلية لمجموعة الأجزاء، و أي ارتباك في وظيفة أو جزء أو نظام فرعي لا بد وأنه يؤثر على كفاءة الأداء الكلي، ويساعدنا مدخل النظم في فهم و تفسير كثير من العمليات المعقدة و توضيح مكوناتها والعلاقات القائمة بينها ومن ثم اقتراح حلول لمشكلات التي تواجهها و النظام عادة يتكون من :

*مدخلات * عمليات * مخرجات

وذلك كله في إطار البيئة العامة التي ينشط فيها الجهاز الإداري أو النظام. وتتكون المدخلات من مختلف العناصر التي تساهم في تكوين مخرجات النظام مثل السمات الشخصية والتكوين الذهني لأعضاء الجهاز الإداري والضغط والتيارات السياسية والقيم، والمعتقدات الاجتماعية، التراكم المعرفي في مجالات العلوم المختلفة وخاصة في علم الإدارة بالإضافة إلى مختلف الموارد المادية.

أما المخرجات فهي عبارة عن القرارات والسياسات والأنظمة والانجازات المادية والمعنوية التي ينتجها الجهاز والتي قد تعتبر أحد المكونات الأساسية لمدخلات نظام آخر.

أما العمليات فهي مختلف الأنشطة المصاحبة لتحويل المدخلات إلى مخرجات كالعمليات الإدارية والذهنية المرتبطة بالتخطيط والتنظيم وإصدار الأوامر وحفظ واسترجاع المعلومات والتنسيق والمتابعة.¹

ومن المهم الإشارة إلى أن كل هذا يتم في إطار البيئة، فالبيئة هي التي تستهلك المخرجات وهو ما يسمى بالاتصال العكسي.

ثالثا: النظرية والنموذج في دراسة العلاقات العامة

إذا ما اعتبرنا أن لكل علم أطره التصورية والنظرية ، فالعلاقات العامة باعتبارها علما يهتم بوصف العناصر المميزة للظاهرة والعمليات الاتصالية والاجتماعية في التنظيمات لا بد وأن ننطلق من نظرية محددة، حيث تهدف النماذج والنظريات في مجال العلاقات العامة إلى شرح وتوضيح كل ما يتعلق بالعلاقات العامة كعملية، ويؤكد ذلك ما وضعه " كاهن" في المفهوم العلمي عما يسمى " بنظرية العلاقات العامة " إذ يرى أن الهدف منها هو تنظير منظور خارجي حول ماهية النظام وما يقوم به من أعمال ويؤكد على استخدام النماذج في مجالات الدراسات والتطبيقات المختلفة للعلاقات العامة، إذ تمثل

¹ (محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 107 - 108.

النماذج من وجهة نظر " كاهن " وظيفة معرفية تستخدم من زاوية تحليلية، كما تتميز تلك النماذج بالخصوصية طبقا للمرحلة النظرية التي يمر بها العلم ، ومن الملاحظ أن النماذج النظرية والمقدمات وكذلك النتائج المتعلقة بنشاط العلاقات العامة تميل إلى وضع نموذج نظري مثالي غير قابل للتطبيق الواقعي ، بما يقلل من أهمية وقيمة النموذج ، إذ أن مهمة النماذج تتمثل في تسهيل تنظيم الأحداث غير المترابطة كما تسهل الكشف عن العوامل التي تؤدي إلى تحقيق الفعالية في أنشطة العلاقات العامة.¹

وما يمكن إدراكه أن تلك النماذج تتسم بالندرة و يرجع ذلك النقص في النماذج النظرية إلى أن ذلك النموذج النظري لا يشتمل على كل مفردات الواقع، حيث يجب أن تفي النظرية بالغرض الذي قامت من أجله بحيث تتميز بالخصوصية والقابلية للتطبيق من أجل أن تضطلع بمهمتها في الوصف والشرح والتفسير والتنبؤ، لا يعني ذلك بالضرورة أن تكون تلك النماذج مطابقة للواقع تماما وان كان من الضروري أن تكون قريبة منه، تجدر الإشارة إلى أن بناء النموذج وتطور النظرية يقوم أساسا على فكرة الاحتمالية، وبناء على ذلك فإن هناك حرص من قبل العلماء والمتخصصين على البحث عن الشروح التي تسهم في التكييف بين العلاقات والأحداث الخاصة، فالمتطلبات النظرية وكذلك المفهومات التي ترتبط بنشاط المؤسسة كلها عوامل تفيد في عملية التعميم والمقارنة. والعلاقات العامة باعتبارها علما يستند إلى أصول وقواعد نظرية، تستند في تطبيقاتها إلى مجموعة من النماذج والنظريات التي تسهم في إثراء المعرفة في هذا المجال .

تعد السمات الأساسية للعلم هي التنظيم والتنظير والكشف عن الواقع والحقائق لذلك فإن ممارسة العلاقات العامة دونما الاعتماد على أسس علمية تمثل خلفية صلبة، تؤدي إلى نتائج غير رشيدة، ويرى الممارسون أنه خير للمؤسسة ألا تمارس العلاقات العامة، من أن تمارسها بصورة ارتجالية نابعة من فهم خاطئ لطبيعتها وعلى أيدي أشخاص غير مؤهلين للقيام بهذا الدور، فالعلم المبني على وجهة نظر شخصية وعلى أسس غير واقعية يفقد سمته الأساسية ويعد غير ذي نفع. ومن هنا فإن متطلبات الأولى لنجاح أي عمل علمي جاد هو وجود منطلق علمي ونظري، فضلا عن وجود الممارسين المتخصصين المؤهلين علميا والقادرين على التطبيق الواعي لتلك الأسس العلمية على ضوء المتطلبات الواقعية وهناك أهم النماذج النظرية السوسولوجية والسيكولوجية والاتصالية التي تسهم في دراسة العلاقات العامة وفي

¹ (شدون على شبيهه: مرجع سبق ذكره، ص 76.

وضع الخطوط العريضة للنماذج القابلة للتطبيق في أنشطة العلاقات العامة بما يزيد من فعاليتها داخل وخارج المؤسسة.¹

1- مفهوم النموذج في مجال العلاقات العامة

تمثل النماذج موجّهات نظرية وعملية، تكفل لأي عمل علمي موضوعي النجاح إذا ما أُجيد فهمها والاستعانة بأفضلها وأنسبها للواقع الفعلي. والعلاقات العامة كعلم يستهدف التطبيق والتوصل إلى نموذج نظري أو مجموعة من النماذج تستخدمها للتطبيق في مختلف المواقف والموضوعات، بحيث يمثل النموذج قيمة ذات نفع وثقل نظري يوجه جهود إدارة العلاقات العامة نحو العمل بنجاح وفعالية.

1.1- تعريف النموذج:

يعرف النموذج بأنه ذلك الشكل الذي يحمل أخص الصفات التي يتميز بها معظم أفراد فئة ما، ويعتبر عينة مختارة من تلك الفئة، و هو بمثابة مثال لها في مجموعها ويمثل النموذج نمطا من العلاقات المقصودة أو الملموسة التي يشاهدها الإنسان في ملاحظته للعام كأنماط للسلوك الاجتماعي والبناء الاجتماعي، ولقد حاول العلم تنظيم الحقائق الخاصة بالمجتمع عن طريق استخدام النماذج التطورية أو العضوية أو النسبية أو الرياضية، وقد يكون النموذج مبسطا و قد يكون معقّد، وتتحقّق قيمة النموذج حسب مدى منفعتة للدراسات وإسهامه في وضع النظريات و التفسيرات و التنبؤات العلمية.²

ويرى كينزفتش Kenezevich أن النموذج عبارة عن الجسور التي تصل بين النظرية والواقع، ولهذا يعتبر بناء النموذج خطوة هامة وضرورية في عملية البحث الإجرائي، إذ يقلل من الهوة بين ما يدرسه المرء نظريا وبين ما يطبقه عمليا في حياته الوظيفية وهذا ما يجعل من الممكن تعريف النموذج كما يلي: بأنه الاتجاه العقلي المولد من مجموعة من المفاهيم المتفاعلة والمتداخلة، والتي تملك خاصية التداخل مع العالم الحقيقي.³

¹ شدون على شبيهه: مرجع سبق ذكره، ص 77 - 78.

² شدون على شبيهه: المرجع نفسه، ص 78.

³ أنمار مصطفى الكيلاني، ومحمد عبد الديراني: النمذجة في مجال التخطيط التربوي بين النظرية والتطبيق مجلة العلوم التربوية والدراسات الإسلامية، جامعة الملك سعود، المجلد 10، 1998، ص 66

وهو "عبارة عن بناء شكلي أو صوري أو رياضي يوضح العلاقة بين العناصر والمتغيرات التي نقوم بدراستها للإسهام في تبسيط المعرفة، وتنظيمها وشرح الظواهر العلمية ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع، وهو قريب من النظرية، كما أنه قريب من المفهوم الإجرائي أي قدرته على منح فرص للفهم والتحليل".

والنموذج عبارة عن تمثيل للواقع، وهو جزء مبسط للحقيقة، ويشمل الجوانب المهمة التي تساعد في فهم وضبط أفضل للظواهر المدروسة، كما أنه تقريب رمزي للموقف الحقيقي.

أما في مجال العلاقات العامة يمكن توضيح النموذج على أنه وصف لمجموعة من القيم و أشكال السلوك التي توضح المنهج المتخذ بواسطة الإدارة العامة أو بواسطة أخصائي العلاقات العامة نحو المؤسسة أو النظام الموجود به إدارة للعلاقات العامة، أي عند وضع البرامج أو حملات العلاقات العامة فان تصميم النموذج لهذه الأغراض يهدف إلى وصف النموذج، والشكل الخارجي للبرامج أو تلك الحملات دون وصف الأدوات المرتبطة به وهي طبعا أساس لفهم أسلوب ممارسة العلاقات العامة أو هي القاعدة التي ينطلق منها التمثيل التوضيحي لكافة العمليات التي تقوم بها العلاقات العامة في المنظمات.¹

2.1- أهمية النموذج: وهذا ما يجعل فكرة اعتماد نمذجة النشاط الاتصالي جاءت لتلبي حاجة المؤسسة إلى التميز في مستوى أداءها العملي من خلال اعتماد نموذج من النماذج الاتصالية للعلاقات العامة بوصفها نماذج موقفية تساعد المنظمة على اعتماد النموذج الذي يتناسب و النشاط الاتصالي الذي قدمته للجمهور، وصولا إلى تحقيق أعلى معدلات الفاعلية التي تسهم إدارة العلاقات العامة في تحقيقه، فضلا عن بناء صورة ايجابية لدى الجمهور من خلال الاعتماد على الاتصال كونه المعيار العلمي الرئيسي لنشاط العلاقات العامة الذي يمكن من خلاله الحكم على مدى فاعلية النشاط الاتصالي للعلاقات العامة.²

¹ نصير قاسم خلف: نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية في العراق، بحث وصفي، وثيقة علمية منشورة، ص 11.
² عبد الهادي عبد الأمير: نماذج العلاقات العامة وتدعيم فاعلية النشاط الاتصالي لإدارة العلاقات العامة، الباحث الاعلامي، العدد 11-12، كانون الثاني - أيار، 2011، ص 171 - 172.

2- نماذج العلاقات العامة:

ويمكن ذكر نماذج جرونج الأربعة للعلاقات العامة كما يلي:

وهذه النماذج تقدم تقييماً تاريخياً للعلاقات العامة موضحة مفهوم وأهمية وأسلوب عمل إدارة العلاقات العامة بما يتناسب مع كل مرحلة وكل نمط من أنماط التنظيم

1.2- نموذج المؤسسة الصحفية: ويعتبر هذا النموذج أول النماذج التي ظهرت في تاريخ العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد ظهر ذلك النموذج في نهايات القرن التاسع عشر حيث كانت المؤسسات الصحفية تهدف إلى كسب القراء والمعلنين وكان الهدف الأساسي من تطبيق ذلك النموذج هدف دعائي تسعى من خلالها المؤسسة للانتشار كما استخدمته المؤسسات المختلفة بهدف ضبط سلوك الجماهير الداخلية والخارجية و يتميز ذلك النموذج بالتدفق الأحادي الاتجاه من المؤسسة للجمهور دون الاهتمام بالتغذية المرتدة أو رجوع الصدى و كان استخدام الأبحاث بهدف القياس غير الرسمي لردود أفعال الجمهور نحو المؤسسة إذا ما استدعى الأمر، ولم يكن اعلام الجمهور بكل الحقائق كاملة أمر ضروري بالنسبة للمؤسسة.¹

2.2- نموذج اعلام الجمهور : ظهر في بداية القرن العشرين كان هدفه الرئيسي هو نشر وبث المعلومات بهدف تحسين سمعة المؤسسة، وهنا يتدفق الاتصال على مرحلتين، حيث ترسل المؤسسة رسائلها الاتصالية للجمهور عن طريق ادارة العلاقات العامة وتتلقى رجوع الصدى، وهدف الاتصال هنا " الاقناع العلمي " بحيث توظف مناهج و أساليب العلوم الاجتماعية لزيادة المقدرة الاقناعية للجهود الاتصالية للعلاقات العامة، وتلعب الأبحاث دوراً مركزياً في هذا النموذج، حيث يستخدم لتحديد الأهداف و الآراء وتفاعل بين المؤسسة وجمهورها. و الأهم من ذلك أنها تستخدم لتحديد فعالية الجهود التنظيمية للعلاقات العامة داخل وخارج المؤسسة، فيما يتعلق بتشكيل الآراء والاتجاهات وحماية سمعة المؤسسة والصورة الذهنية الخاصة بها.

¹ (علي عبودي نعمة الجبوري: ادارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 131-132).

ويعمل نموذج اعلام الجمهور على توظيف الصحفيين في المؤسسة لإمداد الجمهور بالمعلومات الدقيقة، شريطة أن تكون تلك المعلومات منتقاة، ويتضمن ذلك النموذج اتصالاً أحادي الاتجاه من المؤسسة للجمهور ولكن به جزء من الاتصال المتماثل حيث تحرس المؤسسة على نوعية المعلومات التي يجب أن تنتقل الى الجمهور دون غيرها.

وان لم تعبر الاهتمام الكافي لاستجابة الجمهور وهنا تصبح مصالح المؤسسة الهدف الرئيسي من عملية الاتصال.¹

3.2- النموذج اللاسيمتري: وفي سنة 1920م ظهر نموذج الاتجاهين غير المتماثلين، وشرعت المؤسسات في تطبيقه وكان هدفه الأساسي الاقناع عن طريق الاتصال، ويعد ذلك النموذج، نموذجا لإدارة الاستجابة من قبل الجمهور والمجتمع نحو المؤسسة، وطبقا لذلك النموذج تسعى المؤسسة لتحقيق مصلحتها الخاصة، وممارسة الضبط الجماعي بما يعود عليها بالنفع وتهتم المؤسسة هنا بالجمهور من اجل تصميم وتطوير الحملات الاتصالية بما يساهم في سداد الجهود الاقناعية للمؤسسة.

ان استخدام نموذج الاتجاهين غير المتماثلين في برامج العلاقات العامة يهدف الى توظيف الأبحاث لتحديد أفضل الرسائل الاتصالية وأكثرها مقدرة على كسب التأييد الجماهيري دون أي تغيير في السلوك التنظيمي للمؤسسة فالهدف الأساسي هنا التغيير في سلوك الجمهور بما يخدم المؤسسة فقط.

وعندما تتبنى ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة النموذج اللاسيمتري فإنها تفترض أن النفع سوف يتحقق لجمهور المؤسسة بالتعاون معها، كما تفترض أن الجماهير المختلفة اذا ما كونت صورة صحيحة عن المؤسسة و تفهمت سياستها و أهدافها فسوف يحدث نوع من التكامل بين المؤسسة و الجمهور، و يتوقع النموذج (اللاسيمتري) أن يتقبل الجمهور دائما كل ما يصدر عن المؤسسة وكل ما تقدمه من منتجات خدمية أو سلعية بغض النظر عن ما يسببه نشاط المؤسسة من مضار أو مشكلات للجمهور، ويرى " بوتان" أن ذلك يتنافى مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمدخل أساسية للعلاقات العامة.

¹(على عبودي نعمة الجبوري ، مرجع سبق ذكره، ص 132.

ويقدم بوتان مجموعة من المحاور تشكل ملامح الأساسية للنموذج اللا تماثلي: (اللا سيمتري) في العلاقات العامة:

- **التوجه الداخلي:** وهنا ينظر أعضاء المؤسسة إليها من الداخل فقط ولا ينظرون إليها كما يراها من هم خارج المؤسسة.
- **النسق المغلق:** وهنا تتدفق المعلومات من المؤسسة الى الخارج، وليس من خارج المؤسسة للداخل.
- **الفعالية:** وتعني أن المؤسسة تحقق الفعالية عندما تتجح في تحقيق المصالح والمكاسب الخاصة بها على حساب ما تقدمه للجمهور من منفعة أو فائدة، ويصبح الاهتمام بتحقيق الفعالية قيمة في حد ذاته.
- **سيطرة الصفوة**
- **الميل الى المحافظة**
- **التقليدية**
- **مركزية السلطة**

ولقد انتقد جرونج النموذج اللا سيمتري " و رأى أنه نموذج لا أخلاقي وغير مسؤول اجتماعيا وغير فعال حيث لا يهتم بمصلحة الجمهور ويسعى ممارس العلاقات العامة في ضل ذلك النموذج الى جعل الجمهور يتقبل كل ما يصدر عن المؤسسة من أعمال وسلوك بغض النظر عن مستوى الجودة، وتصبح ادارة العلاقات العامة وخبرائها مجرد أداة لكسب احترام الجمهور للمؤسسة وتقوية النفوذ دون أي تغيير في السلوك التنظيمي.¹

4.2- النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه: أما النموذج الرابع الذي قدمه جرونج هو النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه ولقد ظهر ذلك النموذج في سنة 1960م مؤكدا على الفهم وتبادل المعلومات ووجهات النظر بين المؤسسة وجمهورها كهدف رئيسي لإدارة العلاقات العامة، ويصف هذا النموذج تلك العملية التي تهتم المؤسسة من خلالها بإقناع الجمهور بناء على الحقائق والمعلومات الموضوعية الصادقة، ويتطلب ذلك تحديدا مسبقا للاحتياجات الاعلامية والاتصالية للجمهور وهنا يعد رجع الصدى مطلبا أساسيا لأنشطة وممارسات العلاقات العامة بحيث يستطيع المصدر معرفة طبيعة العلاقة واتجاه الاستجابة، ويعد ذلك النموذج من أفضل النماذج التطبيقية و يتضمن علاقة اتصالية متوازنة بين المرسل

¹ (على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 132-134).

والمستقبل حيث يتقاسم كل من المؤسسة والجمهور القوة، ويستخدم ذلك النموذج عندما تهدف المؤسسة الى حل المشكلات و ادارة الصراع والاستجابة لمتطلبات الجمهور. اذ تسعى المؤسسة من خلال تطبيق النموذج الى توظيف الأبحاث لتقديم رسالة اتصالية تسهل من عملية اقناع جمهور السلوك بالطريقة التي ترضي كلا من الطرفين ويتميز هذا النموذج بتوظيف البحث والحوار الموضوعي لبناء علاقات وطيدة مع جمهور السلوك عن طريق الاقناع.¹

ووفق للمدخل السيمتري ثنائي الاتجاه يؤكد جرونج على أهمية التفاهم المتبادل الذي يتمكن من خلاله أخصائي العلاقات العامة من العمل كوسيط محايد بين المؤسسة وجمهورها، كما يؤدي دوره على نحو أكمل عندما تكون هناك حاجة للتغيير، بما يتواءم مع احتياجات وتوقعات الجمهور والمجتمع، وتعد السيمتريية مدخلا موضوعيا هدفه الأساسي جعل العلاقة بين الادارة والجمهور محققة لأقصى درجة من الرضاء والتعاون. والأکید أن الحوار والنقاش يعد قاعدة أخلاقية في النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه، ويؤكد بيرسون على البعد الأخلاقي في العلاقة الحوارية المتبادلة بين المؤسسة والجمهور ويرى ان الحوار لا يعد شرطا مسبقا لأي عملية تفاعلية تؤثر على جمهور المؤسسة². ويؤكد جرونج على أن المدخل السيمتري ثنائي الاتجاه يهتم بمصلحة كلا الطرفين، ويعد التفاوض والحوار واستراتيجية حل الصراع خطوات أساسية في عملية التغيير الرمزي في الاتجاهات والأفكار والسلوك لكل من الجمهور والمؤسسة، وتذهب الأنشطة الاتصالية الى ما وراء التبادل المعلوماتي الذي يضمن الابتكار، كما توظف تكتيكات القوة والنفوذ بصورة تفاعلية حوارية في عملية ذات اتجاهين تتضمن المعنى الرمزي والاقناع الموضوعي، ويشير "جرونج الى أهمية عملية التكيف المشترك بدلا من أسلوب السيطرة والاحتكار.³ وتتميز التنظيمات التي تتخذ من الأسلوب السيمتري بالخصائص التالية:⁴

- الاعتماد المتبادل
- النسق المفتوح
- تحقيق التوازن
- العدالة والمساواة
- الاستقلالية

¹ شدوان على شبيهه: مرجع سبق ذكره، ص 115 - 116.

² على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 134 - 135.

³ شدوان على شبيهه: مرجع سبق ذكره، ص 118.

⁴ المرجع نفسه، ص ص 119 - 121.

- الابتكار
- لامركزية الادارة
- المسؤولية
- حل الصراع

ان النموذج السيمتري هو أفضل النماذج التي يمكن أن تتبعها ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة،

نظرا لما يتميز به النموذج السيمتري من مرونة وواقعية في الأداء والتطبيق.¹

ان العلاقات العامة قد استفادة كثيرا من الفرضيات والنماذج التي أفرزتها بحوث العلاقات العامة والاتصال وتجاربها العلمية خلال المرحلة السابقة في تكوين نظرية حديثة توصل اليها جرونج هي نظرية الامتياز في العلاقات العامة والتي فحواها مرتكز على النموذج الرابع وهو النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه مؤكدا على الفهم وتبادل المعلومات ووجهات النظر بين المؤسسة وجمهورها. من خلال ضمان علاقة اتصالية متوازنة بين المرسل والمستقبل حيث يتقاسم كل من المؤسسة والجمهور القوة ويتبادلان المراكز كمستقبل ومرسل في عملية تفاعلية لرجع صدى الجمهور، الذي له أهمية بالغة للمؤسسة ومن خلال معلومات صحيحة وصادقة عن المؤسسة وخدماتها أو سلعها وتعرف المؤسسة على الاحتياجات الحقيقية لجمهورها و كسبها تأييده ورضاه عنها وعن خدماتها والسلع التي تنتجها مما يحقق أهداف المؤسسة ورضى جمهورها في آن واحد.

3- نظريات العلاقات العامة:

اضافة الى نظرية الامتياز في العلاقات العامة التي سبق التطرق اليها يمكن ذكر العديد من

نظريات العلاقات العامة لعل أبرزها:

3.1- نظرية النظم:

يعتبر منطق النظم أساسي لدراسة أي تنظيم، وهي تقوم على تحليل المتغيرات وتأثيراتها المتبادلة، فالنظم البشرية تحتوي على عدد كبير من المتغيرات المرتبطة بعضها ببعض وبالتالي فان منهج التحليل انتقل إلى المستوى الأعلى مما كان عليه في النظرية الكلاسيكية والسلوكية إذ تعتمد على ارتباط بعضها ببعض

- الفرد (المسؤول) إذ تعالج هذه النظرية حوافز الفرد واتجاهاته وميوله وبصفة عامة سيكولوجيته وهيكل الشخصية الذي يحضر معه في المنظمة.

- الهيكل التنظيمي أو الترتيب الرسمي وما يتبعه من مناصب.

¹ (على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 136.

- أنماط العلاقات بين المجموعات أي العلاقات غير الرسمية المتبادلة وما ينتج عنها من تفاعل.
- تكنولوجيا العمل ومتطلباته، فوسائل العمل يجب أن تتماشى مع احتياجات العاملين الفيزيولوجية والسيكولوجية¹.

3.2- نظرية التكيف والتوافق: وتعتمد على مدى توافق الفرد مع البيئة التي يعمل فيها وانسجام العامل فيجسد شعوره بالرضا والقناعة والاستقرار، مما يحفزه على العطاء والبذل في المهام التي يقوم بها.

3.3- نظرية التأثير: إذ تقوم على الفرق بين ما يريده الفرد في عمله وبين ما هو كائن بالفعل، وكلما اتسعت الهوة بين الطرفين، كلما انخفض التأثير التفاعلي.

4.3- نظرية الميول: وتعتمد على أن الناس لديهم تصرفات فطرية تسبب لديهم ميولا نحو تحقيق مستوى معين من الارتياح وهي نظرية تميل الى أن تكون مستقرة على مر الزمن وعبر المهن والوظائف.

5.3- نظرية القيادة: وترتكز على مداخل رئيسية:

- **مدخل السمات:** تقوم على افتراض أن المسؤول أو القائد يولد ولا يصنع.
- **المدخل السلوكي:** وتعتمد على بعدين: الأول (اهتمام المسؤول بالعمل) والثاني (اهتمام المسؤول بالعاملين).
- **المدخل الظرفي أو الموقف:** الذي أضاف بعدا آخر وهو الظرف الذي يشتغل فيه القائد والعاملين إلى جانب البعدين الآخرين.
- **المدخل الحديث:** ويؤكد هذا المدخل على القيادة الغير تقليدية والخصائص الكاريزمية للشخص التي تعد ذات أهمية خاصة في تغيير وتحويل اتجاهات المؤسسات والأفراد لمواكبة المتغيرات.²

6.3- نظرية ما سلو: تعتمد على الحاجة التي يميل إليها الفرد ليكرس نفسه الى شيء ما مثل العمل، الهواية، الرياضة اعتمادا على الدرجة التي يشبع بها الفرد حاجاته المختلفة من البيئة، فانه يصل الى درجات مختلفة من الاثارة والاهتمام، وتكون من المستوي الأول لحاجاتنا البيولوجية الأساسية وبعد ذلك يتطلع الى مستويات أعلى.³

بالإضافة إلى هذه النظرية هناك نظريات:

¹ علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 127.

² المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

³ المرجع نفسه، ص 128.

- نظرية الإعلان ونظرية الاتصال
- نظرية الصراع
- النظرية البنائية الوظيفية.¹

¹ (علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 128).

الفصل الثاني: ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

وستنطلق في هذا المبحث في المطلب الأول الى مكانة العلاقات العامة في المؤسسة وظائف العلاقات العامة وتعرف في المطلب الثاني على الكادر البشري للعلاقات العامة بالمؤسسة العمومية وأهم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها في المطلب الثالث، كما نبرز في المطلب الرابع مكانة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية.

المبحث الأول: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة

إن من محددات مكانة العلاقات العامة في أي مؤسسة هي مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة، واقتناعها بضرورة العمل على تهيئة الظروف لممارسة الفعلية لها من خلال كل العاملين فيها والأهم أن تقود هذا العمل إدارة متخصصة تسهر على أداء أنشطتها بالشكل وفي الوقت المناسبين وهذا ما يجعل ارتقاء مكانة المسؤول عن ممارسة وتنفيذ هذا النشاط في كثير من المؤسسات التي تعترف بالدور الهام للعلاقات العامة و مسؤوليتها إلى مستوى الإدارة العليا فنجد أن هذا المسؤول يشغل منصب نائب المدير أو نائب مجلس الإدارة لكي تكون له سلطة توجيه الإدارات الفرعية وإضفاء لمسات العلاقات العامة على أنشطتها ، بالإضافة إلى مشاركتها في اتخاذ القرارات العليا مما يتيح له التطبيق المباشر لمبادئ العلاقات العامة للتوفيق بين مصالح المؤسسة و مصالح الجماهير بفضل وضع السياسات المؤدية الى ذلك بهدف تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها.¹

وفي منشآت أخرى تكون مكانة العلاقات العامة والنظرة إليها أقل - فتنشأ بها إدارات للعلاقات العامة متوسطة الحجم والمكانة تعمل على رفع توصيات للإدارة العليا التي قد تأخذ بها أو لا تأخذ، حسبما تراه وطبقا لفلسفة القائمين عليها ونظرتهم لها.

وقد تتدنى النظرة للعلاقات العامة وتنقل إلى أن تصبح مجرد إدارة صغيرة الحجم والمكانة أو تسند أعمال هذه الوظيفة إلى إحدى الإدارات الأخرى مجارة لما هو سائد في معظم المؤسسات ودون اقتناع حقيقي بهذه الوظيفة أي تصبح العلاقات العامة مجرد لافتة لا تحمل أي مضمون فعلي.²

¹ محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 179.

² المرجع نفسه، ص 179 - 180.

تتبع أهمية مكانة إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة من ثلاث اعتبارات هي:

أولها: أنها الإدارة المتخصصة في الاتصال والمسؤولة عن مساعدة الإدارات الأخرى على التعامل المتمسم بروح الود والألفة مع الجماهير التي تتعامل معها.

ثانيهما: أن إدارة العلاقات العامة لا يقف دورها عند المساعدة فقط ولكنه يمتد إلى مراقبة الإدارات الأخرى كي لا يحدث تناقض مع أنشطة العلاقات العامة أو يقلل من فعاليتها.

ثالثها: أن تقارير ادارة العلاقات العامة حول علاقات المؤسسة بجماهيرها النوعية واتجاهاتها لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار عند وضع السياسات أو تعديلها بما يتفق وتحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير التي تتعامل معها.¹

¹ (علي السيد ابراهيم عوجة: العلاقات العامة في المجال التطبيقي، د ن، د ت، ص 196).

المبحث الثاني: تنظيم إدارة العلاقات العامة

لا يوجد تنظيم نمطي ثابت لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات العامة والخاصة، فهناك عوامل متعددة تتعلق بحجم المؤسسة وطبيعة أنشطتها وأهدافها والجمهور التي تسعى إلى كسب تأييدها وتجدر الإشارة إلى التأكيد على جودة التنظيم لتحقيق الاستفادة الكاملة من الأفراد والموارد المتاحة لإدارة العلاقات العامة.¹

وبالطبع تختلف أهمية العلاقات العامة حسب نوع النشاط الذي تقوم به المؤسسة، فبعض المؤسسات والشركات والجهات الحكومية تهتم بالعلاقات العامة اهتماما أكثر من غيرها، وهناك من يدمج أعمال العلاقات العامة مع أعمال الاعلان أو المستخدمين أو المبيعات أو المشتريات أو العلاقات الصناعية أو التسويق أو المبيعات ويتوقف قيام المؤسسة بتخصيص ادارة مستقلة للعلاقات العامة أو جعلها منبثقة أو مشاركة لإدارة أخرى على مجموعة العوامل التالية:²

- 1- حجم المنشأة من حيث فئات الجمهور وعدد العاملين والمتعاملين معها.
- 2- نوع النشاط الذي تقوم به المؤسسة من حيث إذا كان هذا النشاط صناعي أو تجاري أو سياحي، محدود أم متعدد، يتبعه الكثير من الفروع وينتشر في أكثر من موقع.
- 3- المركز المالي للمؤسسة.

كما يرى الباحثون أن هناك عدة عوامل تؤثر على تنظيم العمل أهمها - الفلسفة الادارية التي تسير عليها المؤسسة بالمسؤولية الملقاة على عاتق العلاقات العامة. وهذا ما يجعل أن لا يكون هنالك تنظيم نموذجي موحد تسير عليه المؤسسات المختلفة، بل يختلف التنظيم من مؤسسة لأخرى تبعا للعوامل التي سبق ذكرها وهذه العوامل تتدخل الى حد كبير في تحديد الشكل التنظيمي لأعمال العلاقات العامة اذ تنشأ ادارة كبيرة أو قسم يتبع ادارة أخرى، وهناك عامل آخر اضافة الى العوامل السابقة و هو ايمان الادارة العليا وثقتها في دور العلاقات العامة وقدرتها على مساعدتها في القيام بأدوارها المختلفة، أبرزها وضع السياسات الخاصة بالمؤسسة و الخاصة بالرأي العام وبفئات الجمهور المتصل بها للحصول على تأييدها.

¹ ا علي السيد ابراهيم عوجة: العلاقات العامة في المجال التطبيقي، مرجع سبق ذكره، ص 196 - 197.

² زهير عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: ادارة العلاقات العامة وبرامجها، ط ع، دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 75 نقلا صالح أبو إصبع: العلاقات العامة والاتصال الانساني، دار الشروق، عمان، 2008م، ص 114.

ونرى أن كل هذه العوامل مؤثرة فعلا بشكل مباشر على تنظيم عمل العلاقات العامة، أما العامل الأخير والمتمثل في ايمان الادارة العليا وثقتها في الدور الذي تقوم به العلاقات العامة وقدرتها على الاسهام في تمكين المؤسسة من تحقيق أهدافها يؤثر بشكل هائل في الجانب التنظيمي لعمل العلاقات العامة وممارستها، وهذا ما لاحظناه ميدانيا أثناء دراسة حالة مديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

ترمي الوظيفة التنظيمية في المنظمة لتحقيق التكامل بين الطاقات البشرية المتاحة للمنظمة معتمدة على فكرة تقسيم وتجميع التخصصات في إطار الأدوار الوظيفية والوحدات التنظيمية وهي تحقق أيضا التنسيق بين مجهودات الأفراد وقدراتهم، بالاعتماد على فكرة تحديد المسؤوليات وتفويض الصلاحيات في إطار المستويات الإدارية والمناصب الوظيفية. بمعنى أن الوظيفة التنظيمية تمهد لوضع الرجل المناسب في المكان المناسب بوضعها الإطار العام لتوصيف المسؤوليات واختصاصات الوحدات الإدارية وصلاحياتها وكذا الواجبات والأدوار الوظيفية وصلاحياتها ثم تحديد المهارات المطلوبة لتلك الوحدات الإدارية وكذا المهارات الخاصة بالأدوار الوظيفية لكونها مؤهلات تضمن المطابقة بين الوظيفة وشاغلها وبين هيكل الوظائف في الوحدات الإدارية وملكاتها.

وظائف الإدارة تتضمن ثمان وظائف أساسية هي:

- التخطيط الإداري - التوظيف - التوجيه والإشراف - التموين وإدارة المالية - التنسيق - التسجيل - اتخاذ القرار.

ومما سبق يتضح الضرورة والحاجة الماسة إلى إطار عملي لبناء العلاقات بين الأدوار الوظيفية وكذلك الوحدات الإدارية في الاتجاهين الأفقي والعمودي ويتحقق هذا الأمر بتحديد تقنيات انجاز الأعمال إن كانت اختصاصات للوحدات أم واجبات للأدوار حيث لا بد أن يتوفر هيكل المهام على الإطار العملي والآلية المقبولة لإنجاز المهام. بدءا من جزئياتها في المستويات التنفيذية (الأدوار الوظيفية) وانتهاء بالحصيلة أو الهدف النهائي والعام للمهام في المستوى التخطيطي (المناصب الوظيفية) وكذلك بإصدار مجموعة من قواعد العمل وتعليماته وأسس وضوابطه المركزية والاستقلالية في صنع القرارات

الإدارية واتخاذها ودرجة المشاركة في القرارات وحدود المسؤوليات لكل دور وظيفي ولكل وحدة إدارية بالإضافة إلى ذلك كله تحتاج وظيفة التنظيم إلى النهوض بتلك الأعباء الكبيرة إلى توثيق تلك الفعاليات وما تستلزمه من بيانات ومعلومات ضمن أدلة تنظيمية متخصصة تحدد واقع حال المنظمة ، وتسهل استقراء مستقبلها وتسهل للقائد الإداري التوظيف السليم للطاقات البشرية المتاحة وتوجههم لاستخدام الموارد الأخرى بكفاءة وصولاً إلى الفاعلية في تحقيق الأهداف.

تسعى الوظيفة التنظيمية في المؤسسة إلى تحقيق التكامل بين ما هو متاح من الطاقات البشرية للمؤسسة بالاعتماد على مبدأ تقسيم الأعمال وتجميع التخصصات في إطار الأدوار الوظيفية والوحدات التنظيمية، كما تحقق التنسيق بين جهود الأفراد وقدراتهم بالاعتماد على فكرة تحديد المسؤوليات والمناصب الوظيفية.¹

أولاً: مستويات تنظيم إدارة العلاقات العامة:

يجب أن نوضح بداية المستويات المختلفة لتنظيم إدارة العلاقات العامة تبعا للوظيفة التي يقوم بها الموظف وهي على النحو الآتي:

مدير العلاقات العامة بالمنشأة:

وتتلخص أهم واجباته في:

- التأكد من أن النظام القائم يتضمن التعرف على أفكار الجمهور الخارجي وتشجيع صدور التعليمات وتحويلها للأفراد المناسبين في الوقت المناسب.
- القيام بتقييم فاعلية العلاقات العامة ومقابلتها بالتكاليف التي تنفق عليها.
- الاتصال الشخصي بالأجهزة الحكومية والمهتمون بالمجالات الأساسية لنشاط المنشأة وكذلك الصحفيين وغيرهم من الجماهير.
- يسهر على سلامة العلاقات الداخلية وفعاليتها.
- تنظيم نقل المعلومات إلى العاملين بطريقة تثير فيهم الاهتمام بأعمال المنشأة.
- الإشراف على نشاط العلاقات العامة داخل المنشأة لضمان جذب العاملين والحصول على تأييدهم.

¹ (علي عوجة: إدارة العلاقات العامة بين إدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، مرجع سبق ذكره، ص 3.

رؤساء المستوى التنظيمي:

- ترجمة سياسات المؤسسة إلى لغة يفهمها المرؤوسين.
- تحفيز العاملين لزيادة الإنتاج وتحسين الخدمة.¹

1-التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة:

ان أسلوب تنظيم العمل يختلف من مؤسسة لأخرى ليلائم أهداف كل مؤسسة وأنشطتها وحجم الجماهير التي تتعامل معها والتي تسعى الى كسب تأييدها، والتنظيم الجيد لأعمال العلاقات العامة يستوجب تميزه بالمرونة بحيث يسمح بتفعيل العلاقات العامة بها لذا يجب أن يتصف بالمرونة بحيث يسمح للأعمال والمسؤوليات الكثيرة التي تقوم بها المؤسسة أن تنجز لو تطلبت الظروف ذلك ، ودمج بعض المسؤوليات الكثيرة التي تقوم بها المنشأة لو اقتضت الظروف ذلك وإلغاء ما يلزم الاستغناء عنه اذا كان يخدم السير الحسن للمؤسسة، كما يجب أن يتضمن التنظيم الداخلي للمؤسسة أقساما يعهد إليها بمسؤولية تنفيذ كل الأنشطة الاتصالية وهي الأنشطة التي تتعاون وتتكامل وتعمل على الاتصال بالجمهور كالإعلان والترويج والتسويق والاتصال والمبيعات وغيرها من الأنشطة التي تتطلبها المؤسسة حسب طبيعتها وطبيعة جماهيرها، كما أن التنظيم الناجح يختار مرحلة تناسب وتأخذ بعين الاعتبار العناصر والمتطلبات والأهداف المرجوة لتحقيقها.²

2-الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة:

إن هيكل أية منظمة يمثل هوية التعريفية لتلك المنظمة تحمل سمات المميّزة و الخصائص، وان الهياكل التنظيمية للمنظمات ينبغي أن تتفاوت تبعاً للمنظمة التي تمثلها، لذا يجب أن يكون هنالك توائم بين الهيكل والبيئة التي ينشأ فيها و تعمل خلالها تلك المنظمة، ويعبر عن الهيكل التنظيمي بما يسمى بالخارطة التنظيمية organizational Chart التي تحدد مواقع الوظائف المختلفة في المنظمة و العلاقات بين المراكز الوظيفية ومهام ومسؤوليات كل موظف وخط السلطة أو العلاقة الرئاسية بما في ذلك عدد المستويات التنظيمية و نطاق الإشراف و كيفية تجميع الأفراد في إدارات و أقسام معينة، و كيفية تصميم الوحدات التنظيمية المختلفة بشكل يضمن الاتصالات والتنسيق الفعالين.

¹ محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة مرجع سبق ذكره، ص 186 - 187.

² زهير عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: مرجع سبق ذكره، ص 78.

3- حجم إدارة العلاقات العامة:

يختلف حجم إدارة العلاقات العامة من مؤسسة إلى أخرى، فقد يقتصر أمرها على فرد واحد يدير شؤونها كما قد يبلغ عدد العاملين فيها بضع مئات من الأفراد، كما تختلف ميزانيتها حسب أهمية المؤسسة حجمها وحجم نشاطها وأهمية العلاقات العامة فيها.

يحدد الدكتور زكي غاشة العوامل التي تسمح لإدارة العلاقات العامة من احتلال مكانة هامة في المنظمة كما يلي:¹

- ان لحجم الادارة وطبيعة أعمالها مع جمهورها الأثر على قرار الجهة المسؤولة التي تقرر مكان ادارة العلاقات العامة على الخريطة التنظيمية.
- ان نمو المنظمة الادارية في أجهزتها وعدد موظفيها يعطي فرصة لتنمية ادارة العلاقات العامة فيها وتحسينها على نحو أفضل.
- كذلك كلما اتسعت الخدمات التي تقدمها المنظمة الادارية المعنية كلما احتاجت المنظمة الى المزيد من المال والموظفين وبالتالي تمنح فرص لتنمية ادارة العلاقات العامة كذلك.²

4-مكانة إدارة العلاقات العامة في التنظيم العام للمؤسسة:

-أن مدير العلاقات العامة يجب أن يكون على اتصال دائم بالإدارة العليا ويجب أن يكون مركزه بالقرب منها في الخريطة التنظيمية.³

وهناك مجموعة من الأساليب التي تتبع في تنظيم أقسام أو ادارات العلاقات العامة وذلك على النحو الآتي:⁴

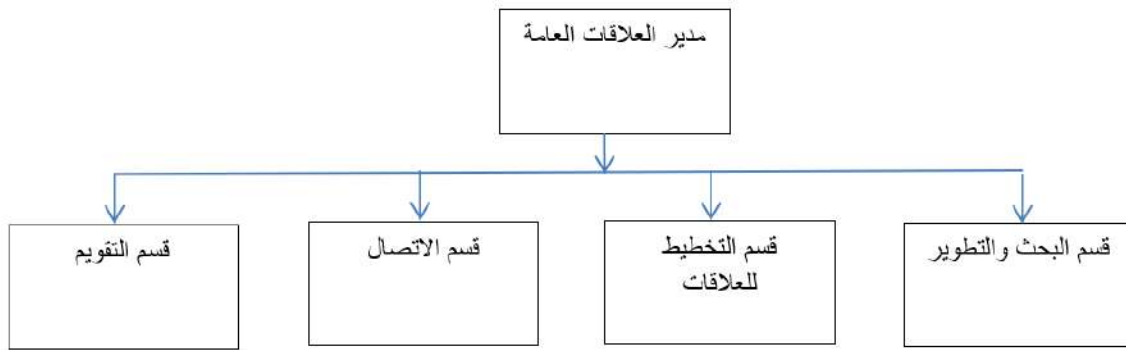
¹ (بلخيري رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 186.

² (المرجع نفسه، ص186-187.

³ (المرجع نفسه، ص188.

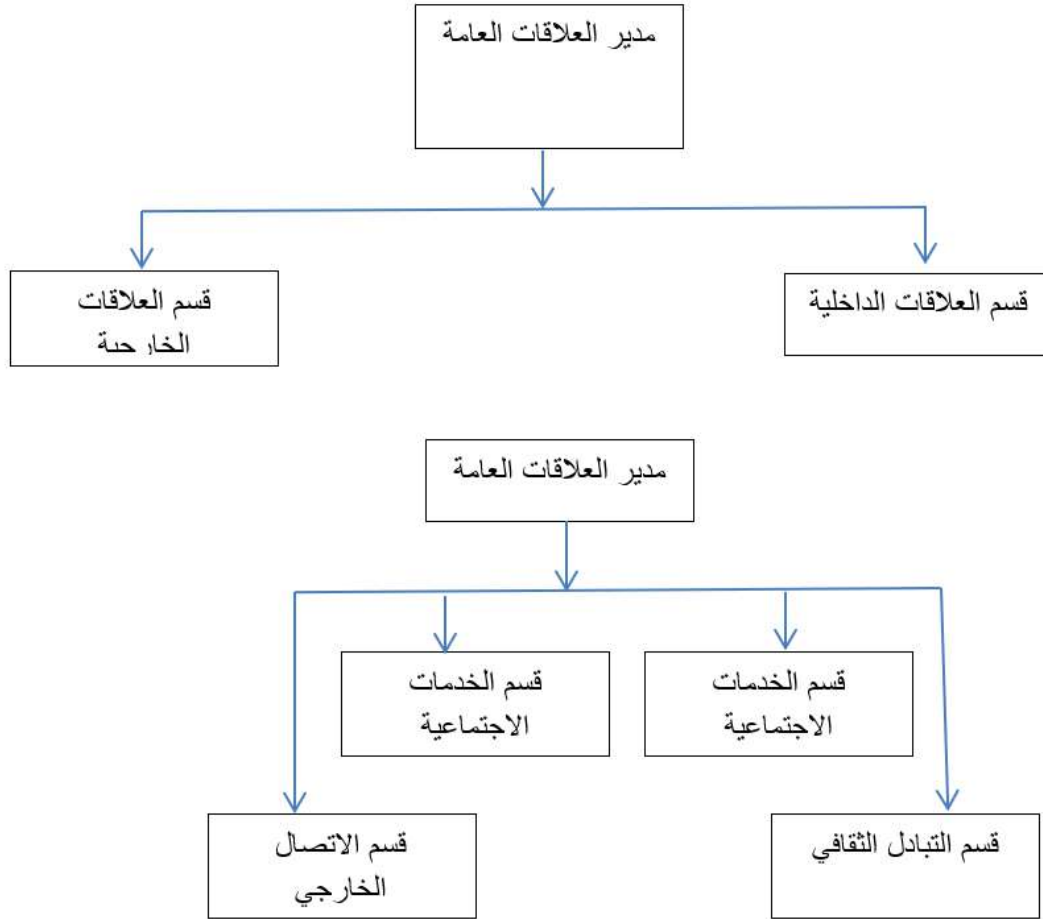
⁴ (على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص63 نقلا عن جودة، 2006.

1- أسلوب هيكل التنظيم الداخلي: وفقا للوظائف الأساسية في العلاقات العامة، هذا الأسلوب يتم استحداث الأقسام المتخصصة في الوظائف الأساسية التي تمارسها ادارة العلاقات العامة والتي تتمثل في البحوث والتطوير والتخطيط للعلاقات العامة والاتصال والتقييم ويمكن توضيح ذلك بشكل (أ)¹



¹ على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 64.

2- أسلوب الهيكل التنظيمي الداخلي طبقا لفئات الجمهور (الأسلوب الاتصالي النوعي) وفي هذا الأسلوب يتم تقسيم ادارة العلاقات العامة الى أقسام طبقا لنوع الجمهور الذي له علاقة بالمؤسسة مثل الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي وذلك كما في الشكل (ب)¹

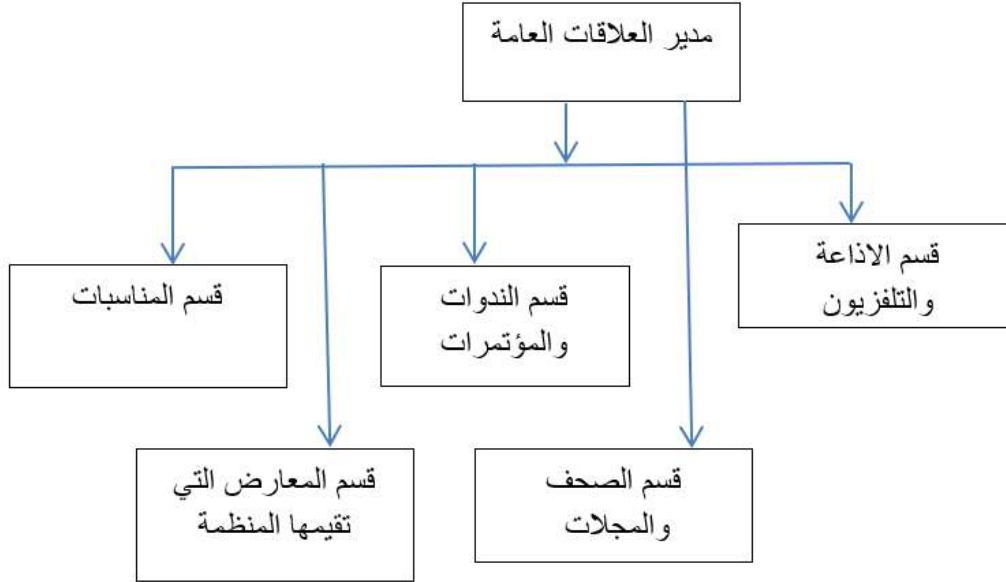


3- أسلوب هيكل التنظيم الداخلي طبقا لنوع السلعة أو الخدمة المقدمة الى الجمهور، كما في الشكل (ت)².

¹ على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 64.

² المرجع نفسه، ص 65.

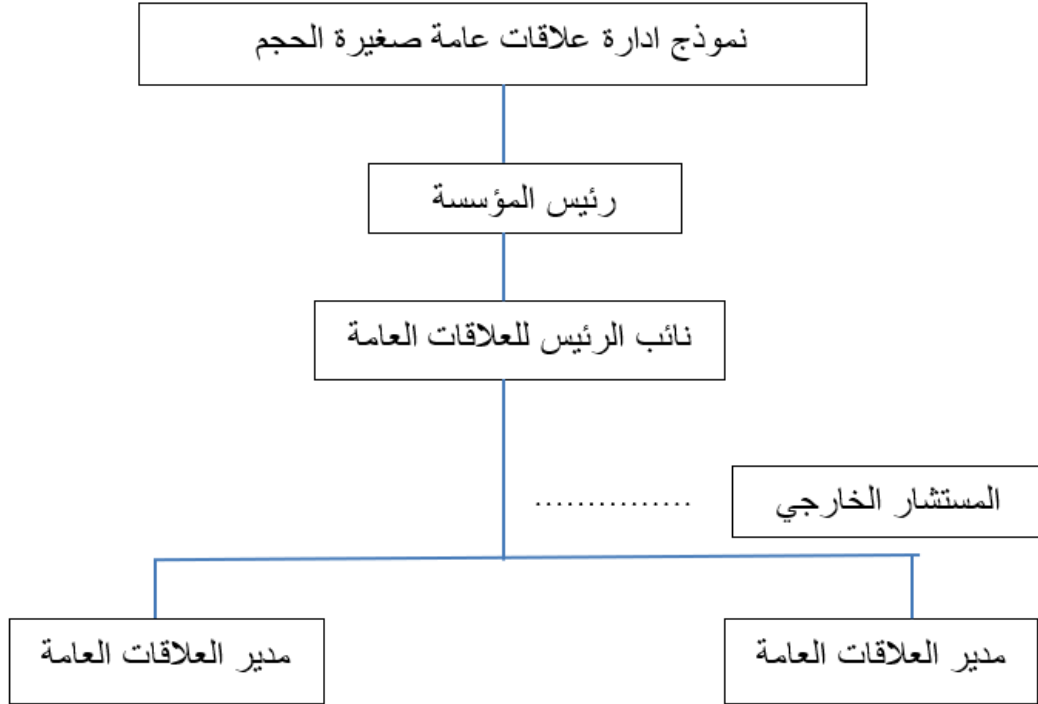
4- أسلوب هيكل التنظيم الداخلي وفقا لوسائل الاتصال للعلاقات العامة ويتم من خلال هذا الأسلوب تقسيم ادارة العلاقات العامة الى الأقسام التالية موضحة في الشكل رقم (ث)¹



5- أسلوب هيكل التنظيم الداخلي وفق التوزيع الجغرافي لنشاطات المنظمة، ويعتمد هذا الأسلوب في التنظيم عندما تكون جماهير المؤسسة منتشرة في مناطق جغرافية متعددة، وهنا يتم اعتماد عدد من الفروع لها في مناطق تشمل السوق الداخلية والخارجية بحيث تضمن تلك الفروع قسما للاتصال بالفروع الخارجية مثلا ضمن أقسام العلاقات العامة.

¹ (على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 66.

6- أسلوب التنظيم الداخلي المركب ويتم اعماذ هذا الأسلوب في حالة المنظمات أو المؤسسات الكبيرة بحيث تتبع في عملية التنظيم مزيج من التصنيفات السابقة بما يتناسب مع نوعية اهتمامها، واتساع أنشطتها وحجم جمهورها وغيرها من المحددات¹.



شكل رقم (ج) التنظيم لإدارة العلاقات العامة

المصدر: السيد عليوه: تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، ط2، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م، ص 61-62.

¹ (على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 66.

-مكانة العلاقات العامة تتجلى من خلال القيام بوظائف إدارة العلاقات العامة:

- وقام الدكتور عادل حسن بتلخيص أهم صلاحيات ونشاطات ادارة العلاقات العامة كما يلي:¹
- 1- تقوم ادارة العلاقات العامة بإحاطة الإدارة العليا علما برد فعل السياسة التي تضعها المؤسسة على نفوس الجماهير.
 - 2- تشرح للجمهور السياسة التي تتبعها المؤسسة وأثرها على مصالحهم، فهي توجه وترشد الجمهور.
 - 3- بغض النظر عن دورها داخل المؤسسة، تشرف ادارة العلاقات العامة على الاتصالات الخارجية وعلى نشاط المؤسسة في كيفية إيصال صورتها الى الجماهير.
 - 4- ان انشاء ادارة للعلاقات العامة قد يؤدي الى التوفير في النفقات إذا ما قيست بالأتعاب التي تتقاضاها المكاتب المتخصصة.
- وأضاف الأستاذ حسن الحلبي لوظائف العلاقات العامة ما يلي:
- 5-تبدي ادارة العلاقات العامة المساعدة والنصح لمختلف الفروع القائمة في المؤسسة في كل ما يتصل بعلاقاتها مع جمهورها.
 - 6- كما تقوم بتحضير خطة العلاقات العامة التي تقررها المؤسسة واقتراحها.
 - 7- تدرس برامج العلاقات العامة وتقرحها ثم تراقب النتائج الحاصلة وتحللها.
- مكانة العلاقات العامة تظهر من خلال الأسس القانونية التي تنظم عمل إدارة العلاقات العامة:**

ترتبط العلاقات العامة ارتباطا عضويا بالنظام العام للاتصالات في أي بلد من بلدان العالم، ولهذا يجب أن تتفق نشاطات العلاقات العامة مع القواعد القانونية والأنظمة السائدة السارية في البلاد وتتضمن العلاقات العامة أهم اتجاهات النشاطات في الجهة المعنية وحتى أقسامها الاقتصادية، وفي هذه الحالة يجب أن تأخذ العلاقات العامة في اعتبار كل القواعد القانونية، وقواعد الحقوق المدنية، والوثائق القانونية المرتبطة بنشاطها. كما يجب عليها مراعاة الأنظمة الداخلية المعتمدة لدى الجهات المعنية عند اتخاذ أي قرار، ومراعاة القواعد القانونية المطبقة في مجالات استخدام وسائل العلاقات العامة الاستراتيجية.²

¹ بلخيري رضوان وسارة الجابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة ط1، جسر للنشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر، 2014، مرجع سبق ذكره، ص 190 - 191.

² بلخيري رضوان وسارة الجابري، المرجع نفسه، ص 259.

وهنا لا بد من الإشارة الى أن لكل مجال تجاري أو سياسي، خاصيته وقواعد القانونية وكلها مرتبطة بالقواعد القانونية لمجالات النشاطات المشتركة. والعمل المتخصص المتعلق في العلاقات العامة مع وسائل الاتصال والاعلام الجماهيرية يتطلب التعرف على القواعد الحقوقية، والمدى المسموح به لنشاطات وسائل الاتصال والاعلام الجماهيرية في القوانين النافذة. واستخدام وسائل الاعلام في إطار نشاطات العلاقات العامة يجب أن تأخذ بعين الاعتبار الوثائق القانونية التي تتفق مع النشاطات على المستويين الوطني والقومي وخاصة قوانين الدعاية والاعلان، وضمانات المعلوماتية والتفاهم المتبادل أثناء العمل مع الأجهزة الرقابية ومصالح الضرائب.¹

وتحديد الشؤون القانونية للعمل مع المتخصصين في العلاقات العامة يجري أثناء العمل، تراعي الاتفاقيات الخطية، والعقود وغيرها من الوثائق القانونية وتنظم هذه الوثائق العمل بين المتعاقدين والمنفذين، وهي حقوق تفرض التزامات وضمانات لجميع الأطراف، ويجب أن تكون محددة بدقة وأفضل نصيحة العمل بشكل مستقل في اعداد أهم الوثائق التي تحدد تصرفات الأطراف المتعاقدة. وهي التصرفات التي تفرض حتمية التشاور مع محامين والمسؤولين في الجهات المعنية وتراعي العلاقات العامة ضمان استيفاء حماية الملكية الفكرية في الدراسات، وتراعي المبادئ والمخططات والنصوص الأصلية. تجنباً لمواجهة صعوبات قد تنجم عنها، وتحديد ظروف الاستخدام، وعادة تتسخ بنسخ عديدة وتودع لدى طرف ثالث.²

¹ بلخيري رضوان وسارة الجابري، المرجع سبق ذكره، الصفحة نفسها.

² المرجع نفسه، ص 260.

المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة

تمتلك العلاقات العامة وظائف متعددة وهناك جهات نظر متنوعة حول واقعية تلك الوظائف و طبيعتها لكون غالبا ما ينظر للعلاقات العامة كوسيلة ضبط للجمهور وذلك من خلال توجيه تفكير تلك الجماهير على اختلافها وتنوعها نحو ما يرضي المؤسسة وسيشبع احتياجاتهم قدر الإمكان مما يحقق أهدافها، وهناك وجهة نظر أخرى ترى أن وظيفة العلاقات العامة هي الاستجابة لمتطلبات و احتياجات الجماهير بهدف تحقيق الاستقرار وحل ما قد تواجهه المؤسسة من مشكلات، وترى زاوية أخرى بأنها تحقيق علاقة منفعة متبادلة ما بين الجمهور الفعلي للمؤسسة ، وتحقيق الانسجام بين العاملين داخل المؤسسة.¹

إن تفعيل نشاط ودور قسم العلاقات العامة يتطلب تحديد لوظائف العلاقات العامة في المؤسسة وتحديد القائمين بها فهناك من يرى بأن العلاقات العامة وظيفة كل فرد في المنظمة. يعني عدم حاجتها لمهارات ومؤهلات محددة، وأن يمكن لكل فرد من المنظمة أن يقوم بوظيفة من وظائف العلاقات العامة وهي نظرة غير منطقية، فهناك اتفاق للمختصين على طبيعة العلاقات العامة في ما يتعلق بوظائفها و أوجه نشاطها وذلك بالرغم من تطور جهات نظر الأكاديميين و الممارسين لهذه الوظائف و الأنشطة المتعلقة بها وتطور الممارسة العملية لها. ولهذا فان نجاح العلاقات العامة في أي مؤسسة يتوقف لا محالة على مدى اقتناع الإدارة العليا للمؤسسة على مدى أهميتها واقتناعها كذلك بضرورة تهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها من خلال عاملي المؤسسة و بوضع إدارة للعلاقات العامة متخصصة لقيادة هذا العمل من طرفها² وهو ما تعرفنا عليه من خلال العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية ووقفنا على مستوى مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وسنتطرق اليه في الجانب التطبيقي.

إن مجموعة الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة والمبينة في المحاور الآتية:³

أولا: وظائفها بالنسبة للجمهور بصفة عامة:

- كالتعريف بالمؤسسة وإنتاجها وعملها وشرح وتبسيط سياستها ومساعدة الجمهور على تكوين رأي سليم عن المؤسسة وتعريف الجمهور بأهدافها وسياستها لكسب تأييد لها.

¹ (شدران على شيبية: مرجع سبق ذكره، ص 47.

² (علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 44.

³ (المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

- إيضاح سياسة المنظمة وإبراز أي تعديلات تطرأ عليها لضمان قبول الجمهور لها والتعاون معها لإنجاحها.
- تنوير الرأي العام حول كل ما يتعلق بالمؤسسة باستناد إلى معلومات دقيقة وصحيحة بعيدا على أية تضليل أو مبالغة.
- يتم التأكد من أن كل ما ينشر عن المؤسسة سليم وصحيح من خلال متابعة ما ينشر عن المؤسسة في مختلف وسائل الإعلام.
- والعمل على توفير جو ملائم من التفاهم المتبادل بين المؤسسة و جمهورها.¹

ثانيا: وظائفها بالنسبة للمؤسسة ككل:

- كتزويد المؤسسة بالتطورات الحاصلة على مستوى الرأي العام وحمايتها من أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر ادعاءات² وشائعات حولها أو نشر أي أخبار كاذبة عنها.
- العمل على التأكد من أن أهداف المنظمة وأعمالها تلقى الاهتمام الكافي من الفئات المختلفة للجمهور.³

ثالثا: وظائفها بالنسبة لإدارة المؤسسة:

- وذلك ببحث وتحليل لجميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ومساعدتها على الاتصال بمختلف المستويات الأخرى⁴.
- العمل على اخبار الادارة العليا للمنظمة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المتنوعة.
- تقوم بتفعيل الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة داخل المؤسسة
- كما تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التكامل والانسجام بينها من ناحية، وبينها وبين الجمهور من ناحية أخرى
- تقدم المشورة العلمية لأعضاء مجلس الادارة وجميع المسؤولين عن تخطيط السياسة العامة للمنظمة.⁵

¹ نيقين أحمد غباشي، ديناميكية العلاقات العامة الداخلية، صورة المنشأة، آلية إدارة الأزمات، القاهرة، دار النهضة العربية، 2007، ص 60.

² علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 44.

³ نيقين أحمد غباشي، مرجع سبق ذكره، ص 61.

⁴ علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 44.

⁵ نيقين أحمد غباشي: مرجع سبق ذكره ص 61.

وأورد الدكتور محمد البادئ في كتابه " محاضرات في العلاقات العامة «ثلاث محاولات لتحديد وظائف العلاقات العامة معتمدا على وصف واقع التطبيق العلمي لأنشطة العلاقات العامة ويورد لذلك التقسيمات الآتية:

رابعا: تقسيم فيرن بيرنت:

ويحدد بيرنت وظائف العلاقات العامة في:¹

- تفسير سياسات الهيئة وأعمالها إلى جماهيرها.
- العمل على تفسير ردود الفعل الحالية والمستقبلية لهذه الجماهير إلى الهيئة ذاتها.

ويؤخذ على هذا التقسيم أنه أهمل عنصرا أساسيا الواجب توافرها لنجاح وظائف العلاقات العامة في تحقيق أهدافها، فهذا التحديد يجعل من العلاقات العامة عملا ناقلا فقط سلبي فهي تنقل سياسات المنظمة إلى جماهيرها وتنقل ردود فعل الجماهير إلى المؤسسة وهكذا تصبح السلبية الصفة مميزة لأنشطة العلاقات العامة وهذا لا يعكس حقيقتها.

1- البحث العلمي:

يعتبر من أهم وظائف القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة العمومية من خلال إجراء الدراسات المرتبطة بقياس الاتجاهات والرأي العام المتعلقة بالجمهور الذي تتعامل معه المؤسسة، وهي وظيفة تهتم خصوصا بدراسة آراء وأذواق واحتياجات ومتطلبات التي تقدمها المؤسسة لهذا الجمهور.²

والمقصود فعلا بالبحث العلمي تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية وتقدير مدى نجاح حملات العلاقات العامة والبرامج الإعلامية ووسائلها بمقاييس إحصائية من خلال بحوث ودراسات تمكن من معرفة وجهة نظر الجمهور بخصوص قضية أو مشكلة محددة وهذا من أجل مساعدة الإدارة على اتخاذ القرار المناسب وحل المشكلة أو إقرار السياسات المناسبة التي تتفق مع حاجات ورغبات و مصالح الجمهور، إضافة إلى ذلك فإنها تسعى كذلك إلى جمع الحقائق المتعلقة بالعوامل الأخرى التي تؤثر في كيان المنظمة ومركزها طبعا، منها التغيرات التي تميز بيئتها من بينها التغيرات الاجتماعية والتي تلعب دورا في تشكيل الرأي العام. و تعد خطوة مهمة وصعبة في عمل العلاقات العامة في أن واحد بسبب عدم تأهيل الممارس لها في مجال البحث العلمي وقلة

¹ محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 56 - 57.

² علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 44.

خبرتهم في مجال إعداد البحوث. كما تكمن أهمية البحوث في اعتماد إدارة المؤسسات الحديثة في اتخاذ قراراتها على معطيات صحيحة مستمدة من الواقع تعتمد على البحوث بعيدة عن الارتجال والحدس.¹

2- التخطيط:

ويقصد به الأسلوب العلمي المنظم لرسم خطة العلاقات العامة بالمنظمة في إطار الخطة العامة للدولة، ويتطلب ذلك تصميم البرامج الإعلامية المناسبة من حيث التوقيت، وتوزيع الاختصاصات والمسؤوليات على الخبراء، وتحديد ميزانية العلاقات العامة تحديدا دقيقا.²

3- التنسيق:

ويعني عمل القائم بالعلاقات العامة على الاتصال بالمسؤولين داخل المؤسسة. والاتصال بالمؤسسات والأفراد خارج المؤسسة، فيتصل الخبراء بالمديرين ورؤساء القطاعات والأقسام والعمل على تقديم المعلومات والأخبار والنصائح المتعلقة بالعلاقات العامة إليهم، ومن جهة أخرى يتصل الخبراء بقيادة الرأي خارج المنظمة كرؤساء النقابات والمؤثرين لضمان كسب تأييد المؤسسة.³

4- الإدارة:

وتشمل هذه الوظيفة تقديم الخدمات للإدارات الأخرى والعمل على مساعدتها على أداء وظيفتها المتصلة بالجمهور. فهي تساعد في اختيار الموظفين وتدريبهم، وكذلك إعداد ما يلزم لجمهور كل إدارة وإنشاء علاقة طبيعية بهم ومن مهام هذه الوظيفة أيضا قيام العلاقات العامة بالاشتراك في إعداد التقرير السنوي.

5- الانتاج:

ويمكن القول بأنه يتصل مع هذه الوظيفة عدد كبير من الأعمال المرتبطة بالإعلام والنشر، فإضافة الى الجانب الاتصالات الصحفية وإصدار البيانات الصحفية وعقد المؤتمرات تقوم العلاقات العامة بإنتاج الأفلام السينمائية الموجهة إلى الجماهير العاملين وغيرهم والعمل على إعداد النشرات والكتيبات وتنظيم المؤتمرات والمعارض*

ويضيف الدكتور ابراهيم وهبي فهد وظيفة التقييم (ابراهيم وهبي فهد، 1999، ص 239).

¹ علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 44 - 45.

² نيقين أحمد غباشي: مرجع سبق ذكره، ص 62.

³ المرجع نفسه، ص 63.

6- التقييم:

وتعمل من خلالها العلاقات العامة على قياس النتائج الفعلية المحققة من تنفيذ برامج العلاقات العامة ومقارنتها بالأهداف الموضوعة لمعرفة مدى تحققها (نسبة تحققها)، والوقوف على نقاط القوة ونقاط الضعف في برامج العلاقات العامة لتفادي أية أخطاء في برامج مستقبلية لضمان فعاليتها.¹ ويرى الدكتور محمد منير حجاب أن وظائف واختصاصات إدارة العلاقات العامة حسب أهميتها محددة كالآتي:

- العمل على طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات وعمل الأفلام التسجيلية.
- القيام بالنشاط الإعلامي الخاص برسالة المنشأة وأهدافها للجمهور الداخلي والخارجي.
- القيام بالأنشطة الاجتماعية والرياضية والترفيهية في المنشأة.
- تنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.
- تخطيط وتنفيذ الإعلان عن منتجات المنشأة وعرضه على الإدارة.
- متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام عن المنشأة وعرضه على الإدارة وإعداد الردود.
- تجهيز وتنفيذ المعارض المحلية والإقليمية.
- تحليل المعلومات التي تنشر عن المنظمة وصورتها وتقديمها للإدارة.
- بحث شكاوى العاملين بالمنشأة والمتعاملين معها ومحاولة إزالة أسبابها.
- نقل صورة كاملة عن اتجاهات الجماهير نحو سياسة المنشأة وعرضها على الإدارة العليا.
- إعداد برامج الاحتفالات بالمناسبات القومية الوطنية والدينية بالتنسيق مع جهود المؤسسات الأخرى في هذا المجال.
- تنظيم الزيارات الداخلية والاتصال بالأجهزة الأخرى لإنجاز أعمال المنظمة وتنظيم اجتماعات مجلس الإدارة.²

ومما سبق يمكن تحديد وظائف العلاقات العامة الأساسية وهي:

¹ نيقين أحمد غباشي: مرجع سبق ذكره، ص 64.

(*) أنظر كتاب للدكتورة نيقين أحمد الغباشي: ديناميكية العلاقات العامة الداخلية، صورة المنشأة، آلية إدارة الأزمات، القاهرة، دار النهضة العربية، 2007

² محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 59 - 60.

- تعريف الجمهور بالمنشأة وشرح الخدمة أو السلعة التي تقدمها وتنتجها بلغة سهلة وبسيطة بغية جلب اهتمام الجمهور لها.
- العمل على شرح سياسة المنشأة الى الجمهور واعلامهم بأي تعديل أو تغيير فيها بغية قبوله إياها والتعاون معها.
- مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمده بكافة المعلومات ليبنى رأيه على أساس من الواقع ومن خلال دقة الحقائق.
- التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور حول المؤسسة ونشاطاتها صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع ومبنية على الحقائق.
- العمل على مد المؤسسة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.
- حماية المنشأة ضد أي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو صحيحة عنها.
- تهيئة جو صالح بين المنشأة والأفراد وبين الأفراد بعضهم وبعض داخل المنشأة.
- العمل على إخبار الإدارة العليا للمنشأة برد فعل فئات الجمهور اتجاه سياستها.
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا والمستويات الدنيا والعكس.
- العمل على تسهيل ومساعدة وتشجيع الاتصال بين مستويات الإدارة العليا والمستويات الدنيا وبالعكس.
- التأكد من أن أهداف المنشأة وأغراضها وأعمالها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور.
- وهي تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنشأة لتحقيق الانسجام بين بعضها البعض وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي.
- تعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الأفراد في المستويات الإدارية العليا وإسداء النصح للمسؤولين عند إصدار القرارات وتعديل السياسات.¹

خامسا: معايير وظائف العلاقات العامة المعاصرة

أشارت الطروحات المختصة في ميدان العلاقات العامة إلى أنه يمكن تحديد دور العلاقات العامة بالنظر إلى تسع معايير أساسية وهي:²

¹ محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 60 - 61.

² محمد صاحب سلطان: مرجع سبق ذكره، ص 244 - 245.

- أ- معيار الحقيقة: لأن العلاقات العامة تتعامل مع الحقائق، وتعتبر البرامج المخططة هي الأساس السليم لسياستها في المنظمة.
- ب- المعيار الخدماتي: إن مهنة العلاقات العامة خدمة موجهة لصالح الاهتمامات العامة.
- ج- معيار المصلحة العامة: الأكيد أن المصلحة العامة هي المعيار الأساسي والذي تركز عليه سياسة العلاقات العامة بتخطيط وتنفيذ سياستها وبرامجها المستهدفة للجماهير العامة.
- د- معيار التكافلي: يؤكد هذا المعيار على وجوب ضرورة وجود تكافل بين مختلف القنوات الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للاتصال والتواصل مع جماهيرها.
- هـ- معيار الاستمرارية: يشكل الموقع الذي تحتله العلاقات العامة منتصف الدائرة الاتصالية بين المنظمة والجماهير وتقوم بعملية متواصلة وتمكن من تبادل المعلومات بين الطرفين سعياً لتحقيق التفاهم الكامل بينهما.
- و- معيار الاعتمادية: تركز ممارسة العلاقات العامة على اعتمادها على النظريات العلمية منها نظرية التعليم والنظريات النفسية، ونظريات علم الاجتماع، السياسة، الاقتصاد والتاريخ.
- ز- معيار التفسير: محتم على العلاقات العامة تفسير وشرح المشكلات القائمة وتوجيه النصح إلى الجماهير قبل تفاقمها وتحولها إلى أزمات يصعب حلها.
- ح- معيار الأداء الأخلاقي: يعد المعيار الأساسي في تحديد فعالية أنشطة العلاقات العامة وبرامجها Ethical performance وهو ما يتجلى في تكوين وتدعيم سمعة وصورة المؤسسة الجيدة في أنشطتها وأنشطة منظماتها، اخذين بعين الاعتبار اختلاف نوع كل نشاط وحجمها وما يحيط بها من ظروف.
- ط- معيار تبادل المنفعة: تعتبر العلاقات العامة مقننة من حيث الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والمشكلات التي تساهم في حلها، مما يعني إقامة علاقات المنفعة المتبادل مع مختلف الجماهير التي يعتمد عليها نجاح المؤسسة من عدمه.

سادسا: أخلاقيات مهنة العلاقات العامة

أ - المعيار الأخلاقي: هذا المعيار يتمثل فيما يلي:¹

- إدراك ممارس العلاقات العامة أن هناك مسؤولية لقاء على عاتق المنظمة اتجاه المجتمع وأفضلية المصلحة العامة والتوفيق بين المصلحة العامة والخاصة.
- التزام القائم بالعلاقات العامة على تقديم الحقيقة وعدم اعتماد التستر والتكتم وأن يكون صريحا لأن الصراحة مبعث للثقة لدى الجماهير.
- مما تتطلبه أخلاقيات المهنة احترام رأي الفرد والإيمان بالرأي العام والاعتراف بحق الفرد في التعبير عن ذاته والمساهمة في اغناء حياته وتحقيق ما يتطلع إليه.
- التزام المؤسسة بمبادئ الأخلاق كالصدق والنزاهة والأمانة والمثل العليا كي تتمكن من تحقيق مكانة وسمعة جيدة في أذهان جمهورها ودعما للممارس العلاقات العامة في أداء مهامه على أكمل وجه.
- العمل على توجيه العناية إلى الجمهور الداخلي لكي يكون من أهم عوامل جذب الجمهور الخارجي للمؤسسة من خلال إرضاءه وتوطيد انتماءه إلى المؤسسة كي لا يسعى للانتقال إلى مؤسسة أخرى.
- يكرس عمل العلاقات العامة اتجاه الجمهور الداخلي والخارجي وبما لا يجعل التعارض مع أعراف وتقاليد المجتمع.
- وحدد دستور جمعية مستشاري العلاقات العامة عشر نقاط تتعلق بأخلاقيات العمل والعاملين بالعلاقات العامة أوجببت أعضائها التقيد بها:
- لكل عضو واجبات محددة بصورة واضحة اتجاه الجمهور.
- أن يتعهد كل عضو بعدم الاشتغال في أي مهنة تقود الى الفساد وسلامة الاتصال الجماهيري والالتزام بالقوانين.
- على العضو ألا يقوم بنشر معلومات كاذبة أو مضللة.
- على العضو أن لا يقدم خدمات لأسباب أو لأغراض غير مكشوفة أو يعطي أسباب غير واقعية.
- على العضو أن يحمي ثقة جمهوره الحالي والسابق وألا يستخدم هذه الثقة.
- على العضو ألا يقبل استشارة جهتين لديهما مصالح متضاربة الا بعد أخذ موافقة كل منها.

¹ محمد صاحب سلطان: مرجع سبق ذكره، ص 246.

- على العضو اخبار الشخص المتعاقد معه عن أي ممتلكات أو مصالح مالية تعود له أي العضو نفسه لدى أي شركة أو مؤسسة أو شخص عندما يتعلق الأمر بذلك الشخص أو الشركة لكي لا يقع في تعارض المصالح.
 - على العضو ألا يقترح على الزبون بأن يتوقف عن رفع الأجور والتعويضات المالية على تحقيق نتائج معينة أو أن تتأثر الأجور بنفس الطريقة بالنتائج المتحققة
 - على العضو أن يقدم الى الزبون المتوقع مقترحا تفصيليا لبرنامج العلاقات العامة قبل تعيينه فعلا.
- وعام 1961م صدر دستور آخر مماثل لدستور جمعية مستشاري العلاقات العامة من قبل الجمعية العلاقات الدولية وقد أدخل عليها بعض التعديلات في عام 1965م عندما صار مرتبطا بدستور السلوك المهني المعروف بدستور أثينا والذي اتخذ في وقت واحد من قبل الجمعية العالمية للعلاقات العامة والمركز الأوروبي للعلاقات العامة.¹

أ- أسس الاتجاه الاجتماعي للعلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة:

يتميز الاتجاه الاجتماعي للعلاقات العامة بعدة صفات من أهمها:

- **صفات الشمولية:** وهي تضم العناصر المكونة لشخصية المنظمة وتجد جذورها في الاتجاه الإيديولوجي أو الفكري الذي تعتقده.
- **صفة التكامل:** يعد الاتجاه الاجتماعي للعلاقات العامة ككل متكامل، اذ لا تنفصل صورة المنظمة عن الشخصية التي تختارها بناء على الاتجاه الإيديولوجي الذي تعتقده ويعطيه مغزاه.
- **صفة الإنسانية:** مدى ما يحقق من توافق بين المصالح الأساسية للمنظمة والمصالح الأساسية للجماهير من خلال إقناع هذه الأخيرة وهو أساس نجاح أو فشل اتجاه العلاقات العامة الاجتماعي.
- **صفة القصور الذاتي:** تحقيق الرضا العام بين جماهير المؤسسة لا يكفي لوحده لتحقيق التوافق والتكيف بين المؤسسة وجماهيرها وإنما من الضروري تحول هذا الرضا العام إلى رأي عام مؤيد للمؤسسة أي التمكن من إقناع الجماهير بالطريقة التي تمكنت من خلالها التوفيق بين المصلحة الخاصة للمؤسسة والمصالح العامة للجماهير.

ب- المعايير الاجتماعية والعلاقات العامة:

وتتمثل هذه المعايير فيما يلي: العادات، العرف، القيم.

¹ (عبد الرزاق محمد الدليمي: مرجع سبق ذكره، ص 208-209.

ت-تشريعات أخلاقيات المهنة

بذل خبراء العلاقات العامة جهوداً مضنية لوضع أسس ومبادئ مهنية شريفة ونظيفة أو تسيير دستور أخلاقي يسير على قواعده جميع المشتغلين بالعلاقات العامة، ولهذا الغرض بذلت جهود كبيرة من قبل العديد من الهيئات الدولية ومنها معهد العلاقات العامة البريطاني وجمعية العلاقات العامة الأمريكية.

كما وضع الاتحاد الدولي للعلاقات العامة في أثينا باليونان عام 1965 دستورا لأداب مهنة العلاقات العامة وأشار إلى أن هذه الآداب تعد بمثابة ميثاق أخلاقي للعلاقات العامة وأن أي انتهاك لهذا القانون من طرف أحد الأعضاء يعد خطأ جسيم يعاقب عليه.¹

سابعاً: الضوابط والقوانين التي تعمل بها العلاقات العامة

- المسؤولية الاجتماعية للمنظمات.
- احترام رأي الفرد والإيمان بقوة الرأي العام.
- الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة لكون العلاقات العامة هي سلوك وأخلاق.
- الابتعاد عن التكتّم وإتباع سياسة كشف المعلومات للجماهير مما يحقق الشفافية في إعطاء المعلومة.
- العلاقات العامة تبدأ من الداخل إلى الخارج.²

¹ محمد صاحب سلطان، مرجع سبق ذكره، ص 248 - 249.

(2) المرجع نفسه، ص 251

المبحث الرابع: المورد البشري للعلاقات العامة

في وقت أصبح فيه من غير الممكن الاستغناء فيه عن نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة بالنظر إلى أهميتها من جهة و التطور الذي شهدته العلاقات العامة كعلم وفن وبروزها كمهنة ووظيفة إدارية في المؤسسة. وبالطبع تحتاج هذه الأخيرة شأنها شأن المهن الأخرى إلى تخصص و تستلزم كوادر بشرية مختصة قادرة على العمل و لديها استعداد لأداء المهنة بأحسن أداء ممكن وتملك الخبرة و العلم الضروريين لممارسة سليمة لأنشطة العلاقات العامة بأعلى كفاءة ممكنة و على أكمل وجه والذي يتميز بالضرورة بمختلف الشروط والسمات و الموصفات التي تجعله قادرا على إدراك الاتجاهات و التعرف عليها و متابعة التطورات التي تحدث في الرأي العام.¹

- أخصائي العلاقات العامة:

هو المتخصص الذي عينته المؤسسة وتعتمد عليه في إعداد وتنفيذ برامج وخطط العلاقات العامة ومتابعة نتائجها واقتراح ما يتعلق بالعلاقات العامة على الإدارة العليا.

ويندرج عمل أخصائي العلاقات العامة في خضم الشكل الذي تنظمه المنشأة مع فريق العمل في إطار الأهداف التي تحددها الإدارة العليا في وحدة تنظيمية مستقلة أو في إطار وحدة تنظيمية أخرى داخل المؤسسة.²

أولاً: اختيار أخصائي العلاقات العامة في المؤسسات العمومية

إن من مقتضيات العمل الميداني في مجال العلاقات العامة ضرورة الاختيار المناسب للعاملين في إدارة العلاقات العامة بشكل دقيق بالنظر لمسئولياتهم الضخمة و الخطيرة خطورة أثرها طبعا حسب مستوى إدارة العلاقات العامة ضمن إحدى المستويات الإدارية (الدنيا - الوسطى - العليا) و المقصود بهذا اختيار أنسب و أفضل الأفراد من ضمن المتقدمين للعمل بإدارات العلاقات العامة ووضعهم في المكان المناسب وتوجيههم إلى أداء العمل و النشاط الذي يتلاءم مع مواهبهم و قدراتهم و استعداداتهم ومؤهلاتهم و هذا يؤدي لا محالة إلى تحسين الأداء مما يؤدي الى تخفيض النفقات و

¹ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 137.

² المرجع نفسه، ص 139

الارتقاء بالمهنة إلى أعلى مستويات ممارستها و ينتج عنه ارتقاء بالمهنة إلى أعلى مستويات ممارستها و ينتج عنه أيضا تحقيق العامل لذاته على هذا النحو في مجال العمل، و ينتج عنه تكيفه السريع و توافقه مع محيط عمله كما يمكّن من توافق سلوكه بذات الطريقة مع أفكاره و شعوره بالرضا الوظيفي في عمله.¹

ويمكن أن نلخص خطوات اختيار العاملين في إدارات العلاقات العامة بانتهاج الأسلوب العلمي فيما يلي:

- العمل على تحليل وظائف إدارة العلاقات العامة وتحليل المهارات والاستعدادات والمؤهلات الواجب توافرها في الشخص الذي يستطيع القيام بها بكفاءة ومقدرة.
- القيام بتحليل طبيعة الأفراد المتقدمين للعمل بإدارات العلاقات العامة لتحديد قدراتهم ومهاراتهم واستعداداتهم ومعرفة مؤهلاتهم العلمية والمهنية.
- المماثلة أو المطابقة بين مقتضيات وظائف إدارة العلاقات العامة وخصائص الأفراد المتقدمين بحيث يرشح كل واحد منهم لممارسة النشاط الذي يتلاءم مع قدراته ومهاراته واستعداداته ومؤهلاته.
- ان نجاح جهود العلاقات العامة يعتمد دائما على التعامل المستمر بين مختلف أنواع المواهب والمهارات في الإدارة والبحث والإنتاج.²

ثانيا: المؤهلات العلمية للقائم بالعلاقات العامة

- اضافة الى صفات القائم بالعلاقات العامة هناك مؤهلات علمية لا بد من أن يحوزها:
- أن يكون مزود بالأصول العلمية والعملية في علم وفن العلاقات العامة كالدراية بعلم الاجتماع، وعلم النفس وعلم الادارة الى جانب دراسة المنهج العلمي في العلاقات العامة وأساليب قياس اتجاه الرأي العام وتعديلها وتوجيهها وأن يكون رجل العلاقات العامة حاصلا على شهادة علمية من معهد أو كلية بإحدى اختصاصات الادارة أو اللغات أو الاعلام أو الصحافة أو السياحة أو المكتبات أو علم الاجتماع.
 - القدرة على القراءة واستيعاب المعلومات وإدراك مدى تأثيرها كما لا بد أن يتمتع باليقظة والانتباه عند الاستماع للجماهير أو لوسائل الاعلام ليتمكن من صحة التحليل فان رجل العلاقات العامة الناضج هو الذي يراقب الناس وهو الذي يستمع إليهم.

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 140.

² المرجع نفسه: ص 141.

- أن تكون له القدرة على الكتابة والتعبير بهدف الإقناع وأن تكون الكتابة بسيطة وواضحة ومؤثرة خالية من المصطلحات المعقدة فالكتابة للعلاقات العامة تنقل الأفكار والمعلومات والأحداث¹ للجماهير المختارة وهذه الجماهير هم أولئك الناس الذين ينتمون الى منظمة ما سواء كانوا مستخدمين أو متطوعين أو أولئك الذين يرتبطون ارتباطا وثيقا بمنظمة معينة بسبب علاقات خاصة سواء كانت عملية أو شخصية، هم الجماهير المختارة وتقوم المنظمة بضبط ماذا ومتى وكيف تقدم الرسائل الاعلامية الى هذه المجموعات.²

ثالثا: مواصفات الواجب توافرها في الأخصائي القائم بالعلاقات العامة

وعدد الدكتور عبد الرزاق محمد الدليمي مواصفات القائم بالعلاقات العامة كآتي: النشاط، حسن المظهر والمنطق والجاذبية، الشخصية المستقرة والملتزمة، الشجاعة والإقناع والذكاء، التكيف، الكياسة، الاستقامة الصادقة، الموضوعية، الاحساس العام والخيال الخصب.³

ولخص الدكتور علي عوجة في كتابه "الأسس العلمية للعلاقات العامة" السمات والصفات الأساسية الواجب توافرها في خبراء العلاقات العامة أيا كان مجال عمل المؤسسة في صفتين أساسيتين هما الشخصية المحبوبة، والمقدرة على الاتصال ويمكن أن نضيف إليهما السمات الأخلاقية لممارسة المهنة.⁴ ولعل ما يحقق الصفة الأولى الشخصية المحبوبة: هو ما يلي:

- الجاذبية: ويعنى بها سماحة الوجه ورقة الحديث وتناسب القوام وحسن الهدام.
- القدرة على تكوين العلاقات الطيبة بالقادة والمسؤولين والنقابات
- القدرة على الابتكار وإيجاد الحلول المناسبة للمشكلات.
- الإحساس العام: تميز ممارس العلاقات العامة بالقدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير أو العكس وأن يعرف متى يتكلم ومتى ينصت متى يدافع أو يهاجم ومتى ينتظر الظروف الملائمة للدفاع أو الهجوم. كما يعد الحرص ضروري والانتباه حتى لا تؤدي زلة لسان الى مشكلات

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 213- 214.

² دوج نيسم وبوب كاريل: الكتابة للعلاقات العامة الشكل والأسلوب، ترجمة فايد رباح، دار الكتاب الجمعي، 2003، ص 207.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 209- 213.

⁴ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 142.

يصعب حلها وأن تتوافر لديه المقدرة الايجابية على التحليل والتأليف مستمداً مقاييسه في الحكم من بدايته ومنطقه وفطنته السليمة.¹

- **حب الاستطلاع:** لا بد أن يتمتع المشتغل بالعلاقات العامة بخاصية حب الاطلاع والرغبة المستمرة في أن يعرف عناصر الأحداث، ماذا؟ لماذا؟ كيف؟ متى؟ أين؟ ومن؟ فمن دون ذلك لن يتحصل على الحقائق ولن يكون أبداً قادراً على تفسير الأحداث.²
- **الكياسة:** ويتوقف عليها نجاح رجل العلاقات العامة من خلال مدى تأثيره في تفكير الآخرين ويتطلب هذا طبعاً قدراً من الدقة والكياسة فطالما وُلدت الغلظة الامتعاض والانطباع بالاستياء.
- **الاتزان:** يشمل نشاط العلاقات العامة الاتصال بالأفراد وخلق انطباع جيد لدى الجماهير عن المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة والاتزان هو أحد مكونات هذا الانطباع الطيب اضافة الى كونه يساعد رجل العلاقات العامة على مواجهة الأزمات في هدوء واتخاذ السياسات الحكيمة التي تؤدي الى التغلب عليها.
- **الاهتمام بالآخرين:** أن يكون القائم بهذه الوظيفة محباً للآخرين مقبلاً عليهم لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.³
- **الموضوعية:** المقدرة على النظر بالتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل المتبنى وتجنب التمييز العنصري أو الشعبي أو الديني أو الاجتماعي وما الى ذلك من الاتجاهات التي تفسد الفرد⁴ والتعرف على العيوب ولو كان مصدرها الشخص نفسه وعدم التحيز إلى أي فريق كان على حساب الآخرين.⁵
- **الحماس:** العلاقات العامة عملية مستمرة للتأثير في الآخرين ولبيع الأفكار وما لم يكن البائع متحمساً لما يبيع فأولى بالمشتري أن يزهّد في الشراء منه.⁶

¹ على عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 72.

² محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 142.

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة

⁴ علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 72.

⁵ المرجع نفسه، ص 143.

⁶ محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 142

- **الاستمالة:** الهدف من التأثير في الآخرين يتضمن تغيير أفكارهم فلا بد لرجل العلاقات العامة أنه يكون قادرا على استمالة الغير للأفكار التي يعبر عنها، ويستطيع أن يحلل وجهات النظر المعروضة ويكشف ما فيها من ثغرات قبل أن يقدم أفكاره بطريقة مقنعة.¹
- **الاستقامة والصدق:** من أساسيات الأمور أن يكون كل من يعمل في العلاقات العامة قادرا على عرض الحقائق عرضا سليما على الجمهور، لكي يظفر بتأييده و يكسب ثقته وأن يتحلى بالسمعة الطيبة و الأخلاق الفاضلة و أن هذه الصفات هي من الصفات الاجتماعية التي يؤكد عليها المجتمع والدين لتدل على خلفية وتاريخ العائلة والمجتمع، ويقول "أدوارد برينز" في كتابه (العلاقات العامة) ان من واجب اخصائي العلاقات العامة أن تدعم سمعته سمعة مهنته و أن الخبرة الملحوظة في هذا المجال تتطلب لائحة أخلاقية تتضمن مجموعة من المبادئ الأخلاقية الصارمة ويجب عليه أن يظهر أخلاقه على الجمهور وما لم يؤكد اخصائي العلاقات العامة هذه اللائحة الأخلاقية بأفعاله ويؤيدها بأقواله فان النجاح لن يكون بجانبه كما أنه سيفقد ثقة الآخرين، هذه الأخيرة التي لا غنى له عنها للتقدم والنجاح في أساليب الاتصال التي يستخدمها معهم.²
- **الخيال الخصب:** العلاقات العامة تعد وظيفة خلاقة تعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة في اضعافها لكسب فئات جديدة من الجماهير كما يجب أن يتميز بخلق أفكار جديدة والابداع والمبادرة.³
- **الشجاعة:** يجب أن يكون ممارس العلاقات العامة قوي الشخصية متصفا بالشجاعة ليتمكن من عرض آرائه واقتراحاته بقوة والدفاع عن وجهة نظره أمام الادارة العامة. لأن ممارس العلاقات العامة مسؤول عن اسداء النصح للمؤسسة.
- **النشاط:** العلاقات العامة عمل دؤوب مستمر وحيوي ومتعدد الآليات ولكونه جهد متواصل فهو يتطلب أن يمتلك من يعمل بالعلاقات العامة القدرة على التحرك السريع ودون ملل وبذل أقصى الجهود لإنجاح مهمته.⁴

¹ محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 143.

² علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 71.

³ المرجع نفسه، ص 72.

⁴ المرجع نفسه، ص 69.

- **الاقناع:** تعد من أهم المميزات التي يجب أن يتمتع بها ممارس العلاقات العامة بأن يكون له القدرة على التأثير في نفوس الناس، واقناعهم بلباقته.¹
- **الذكاء:** يجب أن يكون ممارس العلاقات العامة ذكياً، ناضج الشخصية، أهلاً للثقة، فالذكاء عنصر مهم في تشكيل شخصية ممارس العلاقات العامة.²
- **التكيف:** وهو عامل أساسي في نجاح العلاقات العامة الطيبة، ومن الحقائق المتفق عليها أن الناس والجماعات والهيئات يعوزها أن تتكيف فيما بينها إذا أريد أن يكون لنا مجتمع متجانس، فمن مهام وواجبات العلاقات العامة تحقيق التفاهم عن طريق الاتصال بالآخرين.³

¹ علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 70.

² المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

³ المرجع نفسه، ص 71.

المبحث الخامس: أنشطة العلاقات العامة وبرامجها

أولاً: أنشطة العلاقات العامة:

تتناسب برامج العلاقات العامة في المؤسسات مع ما يرصد لها من موارد مادية، وتختلف برامجها باختلاف المؤسسات. والأكد أنها تتناسب مع الأهداف المخطط لها من طرف المؤسسة وتشارك جميع المؤسسات في استخدامها الأسلوب العلمي الذي تتبعه لوضع خطة مناسبة وناجحة لتحقيق الأهداف بأقل جهد ممكن وأقل تكلفة وأقل وقت. و لابد للمخططين لأنشطة العلاقات العامة من وضع خطوات متسلسلة وأهم هذه الخطوات ما يلي:¹

1-دراسة شاملة للمؤسسة:

وتعتبر الخطوة الرئيسية والحيوية الأولى للمخطط ويقوم فيها بالاطلاع على كل صغيرة وكبيرة ودراستها بشكل كامل كي يتعرف على وضعها ومشاكلها.

2-دراسة الجمهور:

من الأمور الحيوية للقائم بالعلاقات العامة دراسة جمهور المؤسسة، بحيث يحصل من خلال دراسته على معطيات حول رغبات الجمهور ومصالحه، وتضم هذه الخطوة تحديد الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة ونشاطها والتي تهتم المؤسسة بكسب تأييدها وثقتها.²

3-معالجة الإشكالات التي تواجه المجتمع:

بعد دراسة المؤسسة والجمهور، تتضح لمخطط برامج العلاقات العامة جميع المشكلات والعقبات التي تواجه المؤسسة ودور العلاقات العامة في مواجهتها وحلها و بناءا على ذلك لا بد من أن يتعرف على الجذور العميقة للمشكلات التي نشأة في تفكير الجمهور للتمكن من إحداث التأثير باستخدام برامج للإقناع والتأثير المناسب.

¹ فهمي محمد العدوي: مرجع سبق ذكره، ص13.

² المرجع نفسه، ص 82.

أ- بالنسبة للجمهور الداخلي:

ويشمل التخطيط الداخلي العمل على حل مشاكل العاملين والتقليل من معاناتهم وهناك حلول مقترحة لتجنب إدارة المؤسسة بعض المشاكل والمعوقات:¹

- دعم العلاقات العامة معنويا وماديا وتزويدها بكل الوسائل الاتصالية للتمكين من إعداد برامج العلاقات العامة لتوثيق العلاقات الإنسانية بين العاملين والإدارة.
- تدريب وتأهيل الهيكل الإداري، ووضع موظف في القسم الذي يلاءم اختصاصه
- فتح دورات التأهيلية للموظفين للرفع من كفاءتهم
- العمل بنظام تحفيزي للموظفين والعمال من خلال تحفيز المبدعين أو المتميزين.
- الاهتمام ببرمجة ندوات واجتماعات الهيكل الاداري والعمال المنتسبين إلى المؤسسة ومناقشة مشاكل العمل وتقديم الاقتراحات والحلول المناسبة لها بشكل دوري لتجنب تفاقم المشكلات واستفحالها.

ب- بالنسبة للجمهور الخارجي:

- إن المؤسسة الخدماتية أو الإنتاجية التي تبغي التوسع لا بد أن تجابه اتساع و انتشار خدماتها أو مبيعاتها ، هذا ما يجعلها تحقق زيادة في عدد المستفيدين من إنتاجها أو خدماتها وهذا يعني مجابهة صعوبات تتعلق باتساع نشاطها وضرورة المحافظة على جمهورها والقائد الإداري الناجح يعمل على تقليل من وطأة المعوقات والعمل على محاولة إرساء الفهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها عن طريق قسم أو جهاز العلاقات العامة وذلك من أجل استمرار نشاط المؤسسة والتكيف مع بيئتها المحيطة بها وطبعاً يتم من خلال دراسة الجمهور الخارجي للمؤسسة دراسة تمكنه من التعرف على خصائص هذا الجمهور للتمكن من إرضائه وكسب ثقته مع المحافظة على مصالح المؤسسة.²

ثانياً: برنامج العلاقات العامة في المؤسسة

ان وضع برنامج ناجح لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسة يعتبر ضرورة لا بد منها، من أجل امكانية تحقيق ما تم ذكره، عن طريق ايضاح اتجاهات المنظمة للجمهور المتعامل معها، وعن طريق أخذ اتجاهات ورغبات هذا الجمهور كأساس في احداث التعديلات المناسبة في سياستها وخطط عملها فوضع

¹ فهمي محمد العدوي: مرجع سبق ذكره، ص 83.

² المرجع نفسه، ص 84.

البرامج هي الوسيلة الوحيدة التي تمكن من خلالها المنظمة تحقيق التكيف الانساني اللازم بينها وبين الجمهور المتعامل معها وبين المنظمات الأخرى هذا التكيف هو الذي يمكن من بلوغ أهدافها ويحقق لها وللجمهور العديد من الخدمات ومنافع ويكفل تحقيق العدالة والرعاية الاجتماعية ونشر الطمأنينة في نفوس جمهورها والتي هي بدورها تسعى جراء ذلك لتعزيز التعاون والثقة والمحبة وحسن التعامل الذي يحقق لها النجاح والشهرة.¹

ولا بد لرجل العلاقات العامة أخذ مجموعة من الاعتبارات في الحسبان عند اعداده لبرنامج العلاقات العامة وهي:²

- أن من أهم عوامل نجاح العلاقات العامة هو تحقيق أهداف الخطة وتنفيذها في شكل برامج معدة اعدادا علميا جيدا فليس أعمال الاعلام والاتصال أعمالا لذاتها لكنها وسائل لتنفيذ سياسات الادارة العليا ومختلف ادارات المؤسسة.
- ينبغي البرنامج على الصراحة التامة في تقديم المؤسسة الى جماهيرها والعكس صحيح دون اخفاء أو تستر.
- من المهم الاعتناء باختيار التوقيت المناسب لتنفيذ البرنامج حتى يأتي بالنتائج المرجوة منه خاصة في مرحلتي التخطيط والتنفيذ وأن تتم كل خطوة في الوقت المحدد لها.
- أن يكون التخطيط لبرنامج العلاقات العامة هدفه يتفق مع أهداف المجتمع وقضاياه، ولا يكون الهدف برامج متنوعة لإرضاء الأذواق وكسب الجمهور ودغدغة المشاعر وانما الهدف يكون تثقيف الجماهير وإثارة اهتمامها في نفس الوقت وتعديل اتجاهاتها والارتقاء بأذواقها مع كسب ولاءها من خلال تجاوبها مع المؤسسة مما يجعل من الضروري الجمع بين البراعة في اعداد المضمون الجيد الذي يعلي القيم الايجابية للفرد ويزكي من الروح الايجابية التي تهدف اليها المؤسسة.

¹ غلي فلاح مقلح الزغبي ومروان بدر السميعيات: ادارة العلاقات العامة مدخل صناعة العلاقات العامة، ط ع، دار البيازوتي للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 117.

² منال محمد رحال، مرجع سبق ذكره، ص 62-63.

عادة ما يرتبط البرنامج بالخطة الموضوعية والأهداف التي تتضمنها لذا نجد أن البرنامج سيختلف من مؤسسة الى أخرى، ويتنوع حسب اختلاف الأهداف والمناسبات وهي كذلك تختلف من خطة الى أخرى وهناك شروط تساعد على نجاح هذا البرنامج إذا توفرت ونذكر منها¹.

- أن يعبر البرنامج المستهدف بشكل واضح عن الأهداف المتوقعة.
 - أن يتسم بالوضوح وأن يكون مفهوما لرجال العلاقات العامة مما يسهل عليهم شرحه للآخرين.
- ولنجاح برنامج العلاقات العامة وضع الباحثون عدة شروط رئيسية لنجاح برنامج العلاقات العامة لابد من الالتزام بها:²

- أن يتضمن معلومات لها مغزى تهم الجمهور ومصالحته، وأن يحتوي على الجديد والطريف وأن يتناول الحقائق التي تؤيد دعوته ووجهة نظره.
- أن يكون البرنامج مؤثر بالعبارات والصوت وغيرهما من المؤثرات.
- اختيار وسائل الاتصال المناسبة لنقله الى الجمهور (ويتوقف هذا على طبيعة الجمهور وخصائصه الديموغرافية أو التعقيد ومن حيث الوقت المناسب والنفقات المالية الخاصة بالوسيلة وتناسبها مع الهدف من البرنامج).

ويمكننا أن نعطي أمثلة لبرامج العلاقات العامة فيمكن لبرامجها أن تقوم بشرح سياسات المؤسسة الصحية للمستخدمين من عمال وممارسين صحيين أو الجماهير التي تتعامل معها فيوضع البرنامج للتنويه مثلا على خدمة صحية جديدة تقدمها أو حملات تحسيسية صحية كما ننوه على أن برامج العلاقات العامة للمؤسسة لابد من أن تغطي الأنشطة المختلفة. ولعل أبرز أنواع هذه البرامج هي:

- **البرامج الوقائية:** وهي برامج تستغرق وقت أطول حيث ترتبط بأهداف العلاقات العامة على المدى الطويل وهي برامج استمرارية تتصل بالسياسة العامة وتحقيق الأهداف طويلة الأجل.
- **البرامج العلاجية:** وهي التي يتم استخدامها عندما تحدث أزمة طارئة أو مشكلة، ولذلك تتسم بالأنية والمواجهة السريعة للمشكلات والأزمات، تتميز هذه البرامج بكونها سريعة و قصيرة بمعنى أن مدتها محدودة ترتبط بعلاج المشكلة.

¹ (1) منال محمد رحال، مرجع سبق ذكره، ص 64-65.

² (2) المرجع نفسه، ص 65-66.

ومهما كانت نوعية هذه البرامج لا بد من الاعداد لها جيدا والتخطيط لها على أسس علمية يراعى فيها الاستفادة من الأبحاث العلمية السابقة وارتباطها بأهداف الخطط الموضوعة والأهداف المحددة لها سواء كانت الخطط تسويقية أو دفاعية أو ترويجية.¹

وتتعدد أنواع البرامج من برامج تثقيفية ومعرفية والاعلامية وتأثيرية وترفيهية ولكل برنامج من هذه البرامج خصائصه ومتطلباته ليحقق الهدف المرجو منه.

ثالثا: أشكال الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة: تستغل العلاقات العامة كل الأنشطة الاتصالية المختلفة عن طريق مختلف الوسائل لتحسين صورة المؤسسة الذهنية لدى جمهورها ومن بين أهم الأنشطة:

- **استغلال الأحداث الخاصة:** اذ يتم الاعداد والتخطيط لها بعناية حيث تلعب دورا هاما في تحسين صورة المنظمة لدى جماهيرها بما تتضمنه من عناصر التشويق وإثارة اهتمام الجمهور وانتباههم أطول فترة ممكنة، بقراءة الموضوع المكتوب الموجه إليهم في هذا الإطار أو الاستماع الى البرنامج، حيث يجب الحرص على أن تبقى راسخة في فكر المستهدفين لتؤثر فيهم وتؤدي الى الاقتراب منهم بالصورة الذهنية المرغوبة.

وتهدف الأحداث الى تنشيط الاتصال بالجمهور المستهدفة وتوطيد الصلات الشخصية به، وتأكيد دور المنظمة الاجتماعي لتحقيق السمعة الطيبة وكسب ثقة الجمهور وتأييده كما تشبع رغبة الكثيرين في المشاركة في أية مناسبة أو حدث اجتماعي، بالتعرف على أنشطة المنظمة واكتساب المزيد من المعلومات عن المجال الذي تنتمي اليه.² مثل استقبال الجمهور عبر الأبواب المفتوحة على المؤسسة.

- **الاتصال الشخصي:** يحتفظ الاتصال الشخصي بمكانة الصدارة من بين كل وسائل الاعلام والاتصال بالنظر لتوفره على قوة التأثير والقدرة على معرفة صدى الرسالة عند المتلقي ما يساعد على احداث التأثير المنشود خاصة إذا توفرت المهارات الاتصالية عند القائم بالاتصال وتوفرت للمتلقي الظروف المناسبة لاستقبال الرسالة.³

¹ (منال محمد رحال، مرجع سبق ذكره، ص 67-68.

² (أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، ص 84-85.

³ (المرجع نفسه، ص 85.

• البروتوكولات و المراسم: هي عبارة عن الاجراءات و القواعد اللياقة التي تسود المعاملات و الاتصالات الدولية حيث تنفذ القواعد الدولية والعامة أو العرف الدولي وتعرف بطابعها الرسمي فهي دستور التعامل و فن التعايش و وقواعد دولية وعادات وتقاليذ تنظم المناسبات و الاحتفالات ذات الطابع الرسمي والوطني بالنسبة للرؤساء وطابع الدبلوماسية للسلك الدبلوماسي والمنظمات الدولية والطابع الاجتماعي بالنسبة للمؤسسات و الجمعيات والأفراد لذلك على القائم بالاتصال أن يتسم بالذكاء الاجتماعي والذوق السليم ودقة الملاحظة و التحرك السريع و اللباقة والكياسة وحسن التصرف فالمراسم قد تتمثل في عدة أشكال :

- الزيارات الرسمية للضيوف الأجانب.
- الحفلات والولائم الرسمية.
- مراسم رفع الأعلام.¹

¹ (أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، ص 87-88).

الفصل الثالث: العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر

تمهيد:

لقد أحدثت التطورات الهائلة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال تقدما كبيرا في عديد المجالات و لعل أهم هذه المجالات مجال العلاقات العامة، الذي استفاد من الإمكانيات التي أتاحتها له التطور الحاصل في تقنيات و تكنولوجيات الإعلام والاتصال و التوجه نحو توسيع استخدامها من قبل إدارة المؤسسة و الذي أدى بدوره إلى تنويع أساليب وأداء وظائف ومهام العلاقات العامة ، لتكوين صلات حسنة مع جماهيرها إدراكا منها لأهمية الرأي العام من جهة و حاجة جمهور المؤسسة لاستخدام وسائل وقنوات اتصالية حديثة للاتصال و التواصل مع المؤسسة و التعرف على مختلف برامجها ومستجداتها مما تقدمه من خدمات من جهة أخرى.

ويرى الدكتور محمد منير حجاب أن المستشفى كغيره من المؤسسات التي تقدم الخدمات للمواطنين، يحتاج لإجراء الاتصالات مع الجمهور من أجل إعلامه عن الأهداف ومنجزات أنظمة المؤسسة ومراعاة شؤون المرضى والمراجعين والمحافظة على ممتلكات المستشفى.

وبالنظر إلى نمو الوعي الصحي لدى معظم فئات المجتمع المعاصر، والإقدام على مراجعة المؤسسات الصحية طلبا للرعاية أو العلاج، فقد أصبحت إدارات العلاقات العامة تلعب دورا مهما في هذا المجال ويمكن تقديم تعريف للعلاقات العامة في المؤسسات الصحية.

تعريف العلاقات العامة في المؤسسات الصحية:

سبق وأن أشرنا الى تعدد التعاريف وتشعبها الا أنه يجدر بنا في هذا المجال أن يتم بيان التعاريف التي تتعلق بتلك المؤسسات الاجتماعية كمؤسسات الرعاية الصحية، بحيث يعرف بعضهم العلاقات العامة بأنها " فلسفة اجتماعية للإدارة" تعبر عنها بشكل سياسات و أعمال تهدف الى ضمان الثقة والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها وذلك باستخدام الاتصال للاتجاهين بين الطرفين "وبتالي هي عبارة عن نشاط متميز يعتمد على الفن والعلم في مجال تطبيقه، حيث يعالج المشاكل و المعوقات التي تكمن في كيفية ايجاد ارتباط وثيق بين الأفراد من جهة (العلاء) والمنظمة من جهة أخرى (المؤسسة الصحية).أي بين المؤسسة الصحية (مديرية الصحة ، مؤسسة استشفائية عمومية، مؤسسة صحة الجوارية) وبين

الجمهور الداخلي والخارجي (مستخدمي المؤسسة ، عملاء كالمرضى و متلقي الرعاية الصحية، الجمهور المستهدف بخدمات الرعاية الصحية، حملات التوعية حولها والمؤسسات الناشطة في المجال الصحي و التي تتعامل مع المؤسسة وغيرها) والتي تهدف الى اقامة علاقات وطيدة بينها ومجتمعات الجمهور الخارجي الذي هو جزء منها وكذلك جمهور الداخلي المتمثل في الموظفين والعاملين وجميع الفريق الطبي والعاملين داخل المستشفى وجمهور (المرضى)¹ المنتفعين من الخدمات والرعاية الصحية.

ومن أهم ما يمكن أن تقوم به إدارة العلاقات العامة في المستشفيات ما يلي:²

- تنظيم البرامج الإعلامية عن الخدمات والتسهيلات التي تقدمها المنظمات الصحية التابعة لها، وتعريفهم بها.
 - تقدم البرامج التوجيهية والإعلامية في حالات الأزمات والأوبئة أو تفشي بعض الأمراض السارية.
 - تتلقى إدارة العلاقات العامة شكاوى وتظلمات ورغبات وتمنيات الجماهير وتقوم بجمعها، والوقوف على المشكلات التي يعانون منها في علاقاتهم مع المنظمات الصحية والعمل على اتلافي السلبيات.
 - تعمل العلاقات العامة على تنمية الوعي الوطني في صفوف المستخدمين العاملين في منظمات الخدمات الصحية من أطباء وممرضين وإداريين ومساعدين وفنيين.... الخ.
 - تعمل العلاقات العامة على نشر اللافتات والإرشادات للمواطنين لتنظيم طريقة مراجعاتهم، وزياراتهم للمنظمات الصحية، وذلك ضمانا لسلامتهم وسلامة المرضى الآخرين في هذه المنظمات. فعند الدخول لأي مؤسسة صحية أو استشفائية نلاحظ وجود لافتات توجيهية وإرشادات طبية في كل أروقتها وأمام كل المصالح الصحية والاستشفائية ، مما يمكن من ارشاد وتوجيه المرتفق بالمؤسسة ومرافقيه.
 - تعمل العلاقات العامة على تمتين العلاقات الداخلية بين كافة العاملين في هذه المؤسسات بما
 - ينعكس ايجابيا على الخدمة الصحية، ويحسن جودة تقديمها بالمؤسسات الصحية.
- ومن بين الأمور التي يجب أن نتطرق لها في برنامج العلاقات العامة للمستشفيات ما يلي:³
- إتباع المنظم العام وإرشادات المستشفى، احترام أوقات الزيارة، التقيد بالتعليمات الخاصة بتحديد مواقف السيارات، المحافظة على ممتلكات المستشفى، المحافظة على النظافة العامة، عدم إحضار الطعام، حملات التبرع بالدم، تحديد المواعيد، تنظيم الاستقبال في القاعات وتجنب التجمع في قاعات الطوارئ.

¹ حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص ص 46 - 47.

² محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 424.

³ المرجع نفسه، ص 425.

المبحث الأول: طبيعة العلاقات العامة اتجاهاتها الحديثة ورؤيتها الاستراتيجية والصعوبات التي تواجهها في قطاع الصحة العمومية

أولاً: طبيعة ممارسة العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية

بالنظر إلى طبيعة العمل في القطاع الصحي ضمن مجال حساس وحيوي للغاية، لكون الإنسان ركيزة نجاح الأمم و تقدمها ولاقتنانه بأهم شيء للإنسان صحته و ورعايتها، لقد اكتسب المجال الصحي أهمية بالغة في الفترة الأخيرة من العصر الحديث، إذ ارتقى ليظهر ويبرز كموضوع الساعة وحديث العام و الخاص بسبب الاهتمام المتزايد بهذا المجال النبيل والعريق عراقاة العلوم التجريبية و أثر لاكتشافات العلمية الحديثة على تحسين وترقية الصحة العامة، إن التطورات الهامة التي شملت مختلف المجالات أسهمت ولا تزال تسهم في تطوير المؤسسة الصحية خاصة ما تعلق بنشاط المؤسسة كالمجال التنظيمي والاتصالي و الإعلامي والإداري و التسويقي والاجتماعي ولعل أهم هذه المجالات مجال العلاقات العامة الذي على الرغم من كونه علما حديث النشأة نسبيا إلا انه اقترن بنمط الإدارة الحديثة الذي يعتمد على مراعاة و موائمة نشاط المؤسسة مع بيئتها و جمهورها بخلق صلات طيبة بين المؤسسة و جمهورها انطلاقا من تفعيل العملية الاتصالية لخدمة أهداف المؤسسة، ومن توطيد قيم التعاون والتآزر والانتماء بين المنتمين للمؤسسة وصولا إلى الجمهور الخارجي المستهدف بالرسائل الاتصالية للقائم بالعلاقات العامة ودعم التواصل المستمر مع هذا الجمهور باستخدام مختلف الوسائل الاتصالية الملائمة.

والعلاقات العامة نشاط اتصالي يهدف إلى توثيق الصلة بالمجتمع، ومن أجل تحقيق ذلك فإنها تعمل على إبراز صورة مشرقة لها كمؤسسة تخدم المجتمع وتعمل على صيانة مصالحه، ومن ناحية أخرى تعمل المؤسسة من أجل تعزيز هذه الصورة على أن تبرز حرصها على الصالح العام وفي ذلك يقول هارولد ل. تشايلدرز:

« إن المشكلة في كل مؤسسة أو صناعة هي أن تكتشف تلك الأنشطة، وأن تعرف أثرها الاجتماعية، فإذا ما كانت تتعارض مع الصالح العام، فعلينا أن نجد الطرق و الوسائل لتعديلها بحيث تصبح في خدمة الصالح العام، والصالح العام ما يقول الجمهور أنه كذلك »¹.

¹ (صالح خليل أبو الأصبع: العلاقات العامة والاتصال الانساني، مرجع سبق ذكره، ص 79 نقلا عن ريفرز ورفاقه، ص 289).

وتكمن خطورة تأثير العلاقات العامة في كونها نشاطا يعمل في الغالب خفية وليست كالإعلان، وعلى الرغم من أن الإعلان والعلاقات العامة يسعيان إلى الهدف نفسه إلا أن الاختلاف بينهما يكمن كما يرى "مارتن ماير" في أن الإعلان، مهما تكن أخطاءه، عمل مفتوح نسبيا، فرسائله تظهر في مساحات مدفوعة الثمن، أو في زمن بث يشتري بالمال، ويستطيع أي شخص أن يفتن إليه باعتباره مناشدة خاصة.. أما العلاقات العامة فتعمل من وراء الكواليس، ويمكن أحيانا رؤية يد المشتغل بالعلاقات العامة، وهو يبعد حقيقة ضخمة عن الأنظار، ولكنه يقف أحيانا في نهاية أخرى من حبل طويل، يلتف حول بضع بكرات، قبل أن تصل إلى الهدف الذي يشد الحبل خفية من أجله..... ويجب على المشتغل بالإعلان أن يعرف عدد الناس الذين يستطيعون الاطلاع على الاعلان عبر وسائل الإعلام، أما المشتغل بالعلاقات العامة فيجب أن يعرف عدد الناس الذين يستطيع أن يتصل بهم داخل وسائل الإعلام¹.

كما تكمن خصوصية قطاع الصحة كونه يرتكز على نظام رعاية صحية مكون من أجزاء مختلفة تشكل نظاما فرعية تعمل مع بعضها البعض لتقديم الخدمات الصحية، وفق نظم إدارية حديثة تطبق مفهوم الجودة الشاملة، من أجل تقديم أفضل خدمة صحية للمجتمع والأفراد، في العلاج من الأمراض والإصابات ومكافحة المرض.

ويتكون النظام الصحي مما يلي: الموارد المتاحة، البشرية والمادية، الدعم المالي، طرق الادارة وتطبيقاتها، تنظيم، تقديم الخدمة.

وتشمل الموارد البشرية: الأطباء، مستخدمي التمريض، والاداريين والتقنيين.

ولتحسين الخدمة الصحة لابد من التكوين الجيد لهذه الفئات ولعل أهمها تكوين الأطباء والشبه الطبي، ويتلقى الطالب الملتحق بتخصص طب تكوين طويل الأمد لمدة سبع سنوات (دكتوراه) يشمل دروس ومحاضرات و أعمال تطبيقية في مختلف العلوم الطبية ويتلقى في السنة الأولى دروس ومحاضرات في العلوم المرتبطة بالعلوم الطبية ويدرس اليوم التخصص باللغة الانجليزية في عديد الكليات بجامعة الوطن الا انه لم يتم تخصيص مقياس في مجال الاتصال و العلاقات العامة والتي يقتصر تعلمه لكيفية الاتصال و العلاقات العامة على الاكتساب من ملاحظته لأساتذته المحاضرين و توجيهاتهم أو أثناء قيامه بالتربصات الميدانية بالمستشفيات الجامعية والمؤسسات الصحية التابعة لها

¹ (صالح خليل أبو الإصبع: مرجع سبق ذكره، ص 79 نقلا عن المصدر نفسه ص 289).

والتي تتوفر على مناخ اتصالي ملائم وتتم فيها ممارسة العلاقات العامة دون التعرف عليها وعلى مزاياها.

فيختلف تكوين كل طالب في مجال الاتصال والعلاقات العامة حسب ما تلقاه في التكوين الميداني في المؤسسات الصحية والتي تتوفر عادة على مناخ اتصالي ملائم وتتم فيها ممارسة العلاقات العامة دون تسميتها أو معرفة مزاياها فيختلف التكوين المكتسب لكل طبيب في مجال الاتصال و العلاقات العامة حسب ما تلقاه من تكوين ميداني مرافق لتعلمه أبعديات مهنة الطب. فان كان مؤطريهم الميدانيين على دراية بأهمية الاتصال والعلاقات العامة لقنوهم عادة تقنيات الاتصال والاعلام والعلاقات العامة في الوسط الصحي مشافهة فقط، ونرى أن هذا غير كافي نظرا لأهمية العملية الاتصالية في الوسط الصحي واعتبارها شريان الحيوي لتقديم الخدمات الصحية في المؤسسات الاستشفائية و الصحية. والعلاقات العامة حلقة الوصل التي تربط المؤسسة الصحية وجمهورها الداخلي والخارجي من المنتفعين من الخدمات الصحية، وهذا ما يجعل ادراج مقياس في العلاقات العامة والاتصال أمر مهم جدا. والتكوين التطبيقي لطالب الطب أثناء الحصص التطبيقية وخاصة التبرصات الميدانية مفعم بالاتصال و التواصل مع الأساتذة وزملاءه والأطباء العاميين والمتخصصين والأساتذة الاستشفائيين المساعدين والمحاضرين والحائزين على درجة بروفييسور.

فأثناء التبرص الميداني يتعرف طبيب المستقبل على حقيقة مهنة الطبيب التي يجب أن يتمتع المنتسب اليها بالإنسانية و القيم النبيلة و أن يكتسب بالإضافة الى المعارف العلمية النظرية ومهارات تطبيقية ميدانية عديدة من مؤطريه الميدانيين لممارسة المهنة عند تخرجه، وهو في الأول وفي الآخر انسان اجتماعي بطبعه فيتفاعل مع غيره من زملاء ومكونين من خلال عملية اتصالية وتواصل دائم يضمنها مناخ يسوده الاتصال والعلاقات العامة، الكل يعرف دوره الوظيفي في هذه الشبكة التواصلية، في العملية الاتصالية في المؤسسة ليست عشوائية، بل تخضع لتنظيم معين فلو أعطينا مثال على سبيل الذكر عملية المتابعة الصحية للمرضى على مستوى المصالح الاستشفائية الجامعية تتم وفق نظام معين في توقيت محدد في كل يوم اذ تقوم الفرق الطبية المتكونة من أساتذة استشفائيين و أطباء مقيمين و مستخدمي الشبه الطبي ممرضين وطلبة طب متربصين خارجيين وداخليين (السنة الأخيرة للتكوين) و يقوم الفريق الطبي بتشخيص الحالات المرضية للمرضى بالمصلحة حالة بحالة ويتم الاتصال بين أعضاء الفريق الطبي (الأطباء و الممرضين) و متلقي الخدمة الصحية (المريض) بشكل جيد و أمام الطلبة

المتربصين كما يتم تقديم الحالات المرضية واقتراح طبيعة ما يجب تقديمه كخدمة صحية ملائمة طبية أو جراحية أو اسداء ارشادات وقائية لتجنب الاصابة بالأعراض المرضية أو مضاعفات محتملة.

ويسود عملية التواصل مع المريض المرتفق بالمصلحة الهدوء والتنظيم والتنسيق بين أعضاء الفريق الطبي مما يدل على وجود تقاليد اتصالية عريقة في هذا المجال عراقة هذه المهنة في بلادنا . كما تمكن العملية الاتصالية من إدراك المتربص من أهمية التشخيص الصحيح للمرض باستخدام طرق التشخيص الحديثة ووسائله المتعددة و ضرورة تقديم العلاج المناسب في الوقت المناسب. ويساهم الأساتذة الاستشفائيون في تكوين جيل الغد من أطباء المستقبل لكي يرفعوا المشعل للوطن رجال يرابطون على حدود الوطن وللوطن رجال أقسموا أن ينقذوا الأرواح ويحاربوا السقم أينما حل أو ارتحل. وقد استفادة ولاية المدية من ملحقة طب تابعة لكلية الطب لجامعة الجزائر 1 وتم ترقيتها مؤخرا الى كلية طب لجامعة المدية كما تم ترقية المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية الى مركز استشفائي جامعي، مما سيساهم في تكوين الأطباء ويحسن من ظروف التكفل الصحي للمواطن في المستقبل القريب بهذه الولاية العريقة.

أما تكوين المستخدم الشبه الطبي فهو تكوين يتم على مستوى المعاهد الشبه الطبي وهو تكوين قصير المدى في الصحة العمومية يضمن دراسة مختلف العلوم الصحية والطبية ووفق مقاييس نظرية تختلف من تكوين في التمريض عن تقني الأشعة أو مخبري أو أعوان التخدير والانعاش أو القابلات و غيرهم و يسهر على تكوينهم ثلة من الأساتذة الشبه الطبيين و الأطباء و الأساتذة استشفائيون في المعاهد الوطنية العالية للتكوين الشبه الطبي الواقعة في دائرة كلية الطب أو أحد ملحقاتها ويقومون بتربصاتهم الميدانية في المراكز الاستشفائية الجامعية أو المؤسسات الصحية الاستشفائية أو الجوارية التابعة لمديريات الصحة والسكان بالولاية.

و هو تكوين يسمح له باكتساب المعارف العلمية والمهارات الميدانية اللازمة لممارسة مهنته في المستقبل كمستخدم شبه طبي بإحدى المؤسسات الصحية الاستشفائية أو الجوارية أو المستشفيات الجامعية و أثناء التكوين سواء في قاعات الدراسة أو التربص الميداني يتعلم كيف يتم تقديم الخدمة و الرعاية الصحية في أحسن الظروف للمرتفق بالمؤسسة الصحية (المريض) من خلال الاستقبال الحسن للمريض و مرافقيه من قبل عون استقبال بمكتب الاستقبال و كيفية توجيهه الى المصلحة الصحية الملائمة ، مهامه الصحية ضمن الفريق الطبي و دوره الوظيفي و كيفية استخدام الأجهزة الطبية والوسائل الصحية و كيفية تقديم العلاجات الأولية و كيفية التواصل والاتصال ضمن الفريق الطبي أو مع المرضى

والمرتفقين بالمؤسسة الصحية. و ادراك أهمية المساهمة في انجاح الجهود الطبية التي يقوم بها الفريق الطبي لاختصار الوقت وتقديم الخدمة الصحية في الوقت المناسب، وهو الآخر لا يتلقى في مساره الدراسي في المعهد مقياس خاص بالاتصال والعلاقات العامة بل يتعلم كيفية الاتصال في الوسط الصحي بالتزامن مع تكوينه الميداني أثناء التبريص على الرغم من أهمية الاتصال والاعلام والعلاقات العامة في مؤسسات القطاع الصحي، ما يجعل من ضرورة ادراج مقياس في الاتصال والعلاقات العامة لتكوين متربصي الشبه الطبي مستخدمى الغد بالمؤسسات الصحية.

أما المرافق فهي عديدة مثل: المستشفيات، والمراكز العلاجية والعيادات، وغيرها.

كما تشمل الموارد أيضا: المعرفة والتكنولوجيا وتطبيقاتها في المجال الصحي. وكذا الموارد المالية أو الموازنات اللازمة للصرف على كل جوانب الرعاية الصحية في المنشآت الصحية والطواقم البشرية والمستلزمات الصحية.¹

ولتقديم الرعاية والخدمات الصحية هناك ثلاث مستويات ادارية نذكرها:²

1-المستوى المركزي: (وزارة الصحة)

وتشمل وظائفها التخطيط ووضع السياسات والأهداف العامة للصحة في الدولة والبحوث والتدريب، وتوفير الموارد والمستلزمات الصحية، واقتراح التشريعات المتعلقة بالصحة، والترخيص والتنسيق مع القطاعات الصحية المختلفة، والعلاقات الدولية في المجال الصحي.

2-المستوى الأوسط: (مديريات الصحة)

ويمكن تلخيص وظائفها في تحليل الوضع الصحي المحلي وتحديد المشكلات الصحية في المنطقة، وتكون حلقة الوصل بين المستوى المركزي والمستوى المحلي.

3-المستوى المحلي (الطرفي)

وهي عبارة عن وحدات التشغيل وتقديم الخدمات الصحية سواء على مستوى مستشفيات أو المراكز الطبية، أو العيادات.

¹ مدحت مجد العزب: المفاهيم الأساسية في ادارة الخدمات الصحية، نشر خاص (المؤلف) 2023، ص 39-40.

² المرجع نفسه، ص 42-43.

في دراستنا هذه المستوى المحلي المتمثل في المؤسسات الاستشفائية والجوارية ومراكز وقاعات العلاج والعيادات التابعة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

وكغيرها من المنظمات المعاصرة هناك عديد التحديات والمشكلات التي تواجه ادارات العلاقات العامة بها وهو ما نتعرض اليه في الجزئية المقبلة من هذا المبحث.

ثانيا: الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية

هناك عديد التحديات التي تواجه العلاقات العامة في القطاع الصحي العمومي ولعل أهمها:

1- عدم وجود معايير تكفل الاختيار الصحيح للعاملين في ادارة العلاقات العامة:¹

يتم التحاق العاملين بإدارة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة دون اختبار سابق لسماحتهم المهنية، ودون التأكد من معرفتهم بمعايير المهنة. كما يتركز معظم اختبارات التي تجرى في بعض المؤسسات على صفات محددة مثل المظهر الخارجي، دون المام بالتعليم أو التدريب أو الخبرة... الخ

وان انضمام أفراد منتمين لتخصصات مختلفة تماما عن أساليب ممارسة هؤلاء الأفراد لهذه المهنة مما يسيء و يشوه صورتها كما أن هناك من التحق بإدارات العلاقات العامة ويصفون أنفسهم بالخبراء وهم لا يملكون علما أو خبرة أو خلقا يؤهلهم للعمل بإدارات العلاقات العامة، مما يسيء الى المهنة وسمعتها. ان للعاملين بأقسام العلاقات العامة سمات معينة يكفل وجودها الاختبار الصحيح لمن سيعملون بها مثل : الميل للخدمة الاجتماعية، والميل الإقناعي، والميل الفني الذي يظهر في ابداعه وابتكاره لبرامج اتصالية جيدة والميل الأدبي الذي يبرز في تحرير مطبوعات المؤسسة أو المنظمة.

ولطالما اهتمت عديد الدول المتقدمة بتطبيق الاختبارات المهنية للتعرف على ميول المتقدمين للعمل في المنظمات، حتى تستطيع تطبيق مبدأ وضع الشخص المناسب في المكان المناسب. فالعلاقات العامة تحتاج الى فرد لديه ميل للخدمة الاجتماعية من خلال علاقات متسعة، ومنتوعة اجتماعية، و الميل الإقناعي الذي يظهر في أفكار مبتكرة وخطط وبرامج إقناعية لتحقيق أهداف المنظمة، ومن الاختبارات الشهيرة في هذا المجال : اختبارات الاستعداد العام والتي أصدرتها ادارة القوى العاملة في الولايات المتحدة والتي شاع استخدامها في جميع أنحاء البلاد.

¹ (علي عوجة و محمود يوسف: ادارة وتخطيط العلاقات العامة، د ن، د م، 2005، ص 116 - 117

وبإلقاء نظرة مبدئية نجد أن أغلب المتقدمين للعمل يتم اختبارهم اعتمادا على المقابلة الشخصية، دون استخدام اختبارات علمية لتقييمهم على أسس صحيحة تؤهل للتعرف على سماتهم ومدى تناسبهم مع الوظائف الشاغرة، لذا على المنظمات المعاصرة تطبيق اختبارات ومعايير دقيقة على المتقدمين لشغل وظائف العلاقات العامة لضمان اختيار أحسن العناصر الجديرة بالتوظيف.

2- عدم حصول العاملين في ادارات العلاقات العامة على خلفية علمية مناسبة لممارسة المهنة:

وتواجه العلاقات العامة تحدي كبير في المجال التعليمي لكون العلاقات العامة بوضعها الحالي في المعاهد والكلليات، وبمقرراتها الدراسية الحالية، وبالتراث العلمي الذي ينشر عنها ويعتمد عليه الدارسون ليس بالمستوى الذي يؤهل لممارسة مهنة سليمة.¹

ويؤكد تقرير جمعية العلاقات العامة الأمريكية أن مستقبل العلاقات العامة سيكون باهرا بالنسبة لمهنة العلاقات العامة إذا عمل بها أشخاص ذوو تعليم عال، حيث أنه في الوقت الحالي لم تعد المقومات والسمات الشخصية تكفي للعمل في مجال العلاقات العامة، حيث أن العلاقات الممتازة تعتمد على مدير وعاملين حاصلين على مجموعة كبيرة من المهارات النظرية الجيدة. وفي عام 1999 انعقدت لجنة تعليم العلاقات العامة التابعة لجمعية العلاقات العامة الأمريكية ، والتي تتألف من 47 خبيرا وممارسا للعلاقات العامة، ممثلين لثمانى منظمات علمية وأكدت هذه اللجنة أن هناك معارف علمية ثابتة ومهارات تنافسية لا بد من أن يلم بها جميع الممارسين بهدف زيادة امكانية أجهزة العلاقات العامة التي يرأسونها أو يعملون بها، وهي : مفاهيم واستراتيجيات الاتصال والاقناع، نظريات العلاقات العامة، العادات المجتمعية ، التسويق، تاريخ العلاقات العامة، القضايا العالمية، مفاهيم ونظريات الادارة، تخطيط وادارة العلاقات العامة، حملات العلاقات العامة ، قوانين العلاقات العامة، أخلاقيات العلاقات العامة ، فلسفة العلاقات العامة والاحصاء والأدوات الكيفية وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، الأحداث الخاصة، والاتصالات الدولية، تعليم اللغات الأجنبية، مشكلات العلاقات العامة المعاصرة، الرأي العام، العلاقات المؤسسية، والهياكل التنظيمية، أدوار العلاقات العامة، الاعلان وعلم سلوك المنظمات.² وترتبط هذه المعارف العلمية في كثير من الأحيان بالدرجات العلمية التي حصلوا عليها.

¹ علي عجوة و محمود يوسف: المرجع سبق ذكره، ص 117- 118.

² المرجع نفسه، ص 118.

3- عدم حصول العاملين في ادارات العلاقات العامة على خلفيات تدريبية مناسبة لممارسة المهنة:

يمكن اعتبار التدريب من أهم الوسائل التي تعمل على الارتقاء بمستوى العاملين وقدراتهم، إذ يساعد على اكتسابهم المهارات اللازمة والخبرات الضرورية التي ترفع من مستوى كفاءتهم المهنية، وتعمل على زيادة معدلات الأداء وتحسين أساليبه. كما أن التدريب في العلاقات العامة يكتسي أهمية خاصة، نظرا لما يجب أن يتمتع به ممارسو العلاقات العامة من خبرة واسعة في المجالات العامة، مثل: الكتابة الصحفية، مهارات الاتصال، استخدام الكمبيوتر وغيرها من المهارات التي يحتاجها لتدعيم قدراته من خلال التدريب المتواصل.¹

4- عدم اهتمام الادارة العليا بالعلاقات العامة وعدم اقتناعها بقدراتها:

ان وجود العلاقات العامة ونجاحها يتوقف على مدى اقتناع الادارة العليا في المؤسسة بأهمية هذه الوظيفة، واقتناعها بضرورة تهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها. من خلال جميع العاملين بها من ناحية وعن طريق ادارة متخصصة لقيادة هذا العمل من ناحية أخرى.² وقد أشارت احدى الدراسات الميدانية التي أجريت في مصر عن واقع ممارسة مهنة العلاقات العامة الى أن: من بين أهم المشكلات التي تواجه أجهزة العلاقات العامة عدم اهتمام الادارة العليا في المنشأة بوظيفة العلاقات العامة.³

5- ضعف مشاركة العاملين في ادارات العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة

تعتبر العلاقات العامة الفعالة هي العلاقات العامة التي يشارك مديرها أو رئيسها في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة، وهو ما يتفق مع النظرية المعيارية للعلاقات العامة، لا بد أن يكون لها دور أساسي في عملية اتخاذ القرار في الشركة⁴ أو المؤسسة. ويأتي وجود ادراج العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرار من الاتجاه العلمي الذي يرى أن مدير العلاقات العامة عليه أن يقوم بتوصيل تصورات الجماهير للقيادة العليا وللنظم الفرعية الأخرى في المنظمة، لأن مدير العلاقات العامة عليه أن يمد المنظمة باستمرار بإشارات عن اهتمامات الجمهور، لذلك فانه يجب أن يشارك في اتخاذ القرار ويتواجد في منطقة اتخاذه.⁵

¹ علي عجوة و محمود يوسف: المرجع سبق ذكره، ص 119. نقلا عن

² المرجع نفسه، ص 124 نقلا عن

³ المرجع نفسه، الصفحة نفسها. نقلا عن

⁴ المرجع نفسه، ص 125 - 126. نقلا عن

⁵ علي عجوة و محمود يوسف: المرجع سبق ذكره: ص 126. نقلا عن

6- عدم وضوح اختصاصات ادارة العلاقات العامة:

وعادة ما يرتبط عدم وضوح اختصاصات ادارة العلاقات العامة بنظرة الادارة العليا للعلاقات العامة واتجاهها نحوها، ففي بعض الأحيان تقوم الادارة العليا بإنشاء ادارة مستقلة للعلاقات العامة عندما يكون اتجاهها نحوها ايجابي.. أما عندما لا تستشعر الادارة العليا أهمية العلاقات العامة تفوض قسما أو ادارة أخرى داخل المؤسسة للقيام بوظائفها، مما يؤدي الى عدم وضوح اختصاصات العلاقات العامة وعدم قيامها بمهامها على الوجه المناسب.¹

7- عدم وضع العلاقات العامة في مستوى اداري مناسب

يعد المستوى الاداري - لأية وظيفة في المنظمات- مقياسا لما تتمتع به من اهتمام وتقدير وتقهم لطبيعة عملها، والمسئوليات التي يمكنها الاضطلاع بها، بحيث نجد بأنه كلما ارتفع هذا المستوى كان دليلا على مدى تقدير الادارة العليا للوظيفة.²

8- عدم توافر الموارد المادية والمالية لإدارة العلاقات العامة بشكل كاف:

وهذه الصعوبات ترجع مرة أخرى لعدم اقتناع الادارة العليا بما يمكن أن تقوم به العلاقات العامة خدمة للمنظمة، حيث يتطلب تنفيذ خطط العلاقات العامة موارد مالية كافية لا توفرها لها الادارة العليا.

9- عدم الاستخدام الأمثل لوسائل الاعلام في تحقيق أهداف العلاقات العامة:

وأمام جهاز العلاقات العامة تحدي التغلب على مشكلة من أسوأ المشكلات الفنية التي يتعرض لها العاملون في مجال العلاقات العامة، إذ أن الكثير منهم لا يجيدون التعامل مع وسائل الاعلام، ويرى الخبراء أن التعامل الناجح مع وسائل الاعلام لا بد أن يركز على دراسة واعية لوسائل الاعلام.³

¹ علي عجوة و محمود يوسف: المرجع سبق ذكره، ص 126- 127.

² المرجع نفسه، ص 128. نقلا عن

³ المرجع نفسه، ص 133- 134.

10- عدم استخدام التكنولوجيا الحديثة في العلاقات العامة في بعض المؤسسات

ومن بين التحديات التي تواجه العلاقات العامة الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الحديثة إذ تعاني إدارات العلاقات العامة في بعض المؤسسات من عدم استخدامها للتكنولوجيا الحديثة، وبشكل خاص الإنترنت في عمل العلاقات العامة. مما لا يجعل هذه الإدارات تواكب التكنولوجيا المستحدثة في عصرنا الحالي، وهو ما يمثل قصورا في عمل العلاقات العامة خاصة ونحن في عصر الأنترنت الذي يعتبر العصر الذهبي للعلاقات العامة، فقد ازدهرت في العقد الأخير من القرن الماضي وقدمت فرصا عظيمة لمهنة العلاقات العامة.¹

11- مواجهة البيروقراطية التي تعمل على تعطيل عمل العلاقات العامة:

وتواجه العلاقات العامة في عصر العولمة واستخدام تكنولوجيا المعلومات نفس المشكلة القديمة التي تواجه العلاقات العامة منذ بداية عملها في المنظمات في الدول النامية وهي البيروقراطية الممثلة في التعقيدات والقوانين واللوائح التي يواجهها العاملين في العلاقات العامة بالمنظمات من قبل الموظفين الحكوميين الذين لا بد من الرجوع إليهم لإنهاء بعض الإجراءات.²

12- عدم الالتزام بأخلاقيات ممارسة مهنة العلاقات العامة:

في مجال العلاقات العامة على الفرد أن يلتزم بالأخلاق الحميدة في تعامله مع الجمهور فيكون أمينا في التعرف على مشكلاتهم، وصادقا في نقلها للمسؤولين، كما أن عليه أن يلتزم في تعامله مع وسائل الإعلام بالتشريعات الموضوعية لذلك. إضافة للالتزام بتأدية العمل على أحسن صورة، حتى تستطيع المنظمة تحقيق أهدافها. وعلى مستوى الممارسة المهنية، فكل مهنة معترف بها طرحت معاييرها وأخلاقياتها و أُلزمت أعضاؤها بها، وتعتبر هذه الأخلاقيات في مضمونها عن العلاقات بين ممارسيها من ناحية، والعلاقات بينهم وبين عملائهم من ناحية ثانية، وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه.³

¹ علي عجوة و محمود يوسف: المرجع سبق ذكره، ص 135.

² المرجع نفسه، ص 137.

³ المرجع نفسه، ص 120-121.

ثالثا: الاتجاهات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة

استمرت التغيرات التكنولوجية والاجتماعية بتحويل ظواهر ممارسات العلاقات العامة خلال القرن 21. وفيما يلي سنتطرق الى تأنيث مجال العلاقات العامة والبحث عن المزيد من التنوع والثقافي والاتجاهات الأخرى.¹

هناك اتجاهات رئيسة لممارس العلاقات العامة تجلت على النحو التالي:

1- عهد الشفافية وأكثر مرئية:

الاتصالات العالمية الفورية، التعليمات الحكومية والطلب المتزايد على المصادقية من الجمهور. خاصة بعد حدوث عدد من المشكلات التي مست المؤسسات في طريقة تسييرها، جعل من الضروري لكافة مؤسسات المجتمع بما في ذلك التجارية والصناعية والاقتصادية والثقافية والصحية وغيرها أن تكون أكثر شفافية في سيرها وأكثر مرئية لجمهورها والبيئة المحيطة بها.

يقول معهد العلاقات العامة (IPR) بالمملكة المتحدة أن دور العلاقات العامة تغير بشدة في العقد الماضي. بدلا من استخدامها أساسا كأسلوب لتغطية وللتأثير وضمان التغطية الاعلامية، أصبحت المؤسسات تستخدم العلاقات العامة للاتصال اذ يطلب المجتمع أكثر شفافية ومرئية².

2- توسيع دور العلاقات العامة:

والمرتتب عن ظهور المنظمات الكبيرة وسيطرتها على حياة العامة وتعدد المشكلات العامة فان هذا يحتم توسع أدوار العلاقات العامة باعتبارها صلة وصل بين الادارة في المؤسسات من جهة وبين الجماهير معقدة التركيب من جهة أخرى.³

اذ أصبحت العلاقات العامة أكثر من علاقات وسائل الاعلام والاعلان، لكن المكتسبات التي تحققت بصعوبة هي في حاجة الى تعزيز المجال في السنوات القادمة، مع دخول مستشاري التسويق ومستشاري الادارة حقل توفير القدرة لبناء علاقات مع الجماهير المختلفة.

¹ عبد الرزاق الدليمي: العلاقات العامة في المجال الدولي، مرجع سبق ذكره، ص 48.

² المرجع نفسه، ص 51.

³ عبد الباري ابراهيم الدرة ونبيل خليف المجاني: العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 399.

يقول Tom Gable، مستشار العلاقات العامة في سان دياغو، سيكون تحدينا وفرصنا امتلاك مواطن التنوع، ادارة السمعة، وبناء علاقات طويلة الأجل مع الناخبين.

وسيلعب موظفي العلاقات العامة دورا أكبر في تخطيط وتنفيذ حملات الاتصالات المتكاملة.

3- التأكيد المتزايد على أهمية القياس والتقييم في نظام العلاقات العامة:

تتكون العمليات في نظام العلاقات العامة من البحث والتخطيط والاتصال والتقييم ولا بد أن يكون التقييم بالوقوف على المردود من عمليات العلاقات العامة وتحقيق نتائج ونتائج ملموسة.¹

سيستمر مختصرا العلاقات العامة بتحسين آليات القياس، لاطلاع الادارة على مساهمة أنشطتها.

أحد الأبعاد العائدة على الاستثمار (ROI). وهناك معايير أخرى:

- قياس النتائج.

- قياس المخرجات.

4- عمل ادارة العلاقات العامة 24 ساعة باليوم، سبعة أيام بالأسبوع بكفاءة وفعالية:

تدفق المعلومات والأخبار حاليا تستمر على مدى الـ 24 ساعة وسبعة أيام بالأسبوع.

5- استمرار تعيين أشخاص من خلفيات متنوعة في العلاقات العامة في المنظمات.

6- استمرار العيش في عالم معولم (Globalized): ذلك لاستمرار تفاعل العوامل والقوى التي شكلت العولمة.

7- استمرار غلبة العنصر النسائي على العنصر الرجالي في الضفر بوظيفة في مجال العلاقات

العامة.

8- توسع وسائل الاعلام وتنوعها:

ان ممارسي العلاقات العامة يتعاملون الآن مع وسائل الاعلام التقليدية كالصحف والمجلات

والراديو والتلفزيون، كما أن ثورة الاتصالات الحديثة قد زودتهم بأدوات ووسائل جديدة عليهم أن يفهموها

¹ عبد الباري ابراهيم الدرة ونبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، الصفحة نفسها.

ويتعاملوا معها. وهناك طبعاً وسائل اعلام خاصة بمجتمعات المحلية كذلك هناك اعداد المواد الكترونيا كاستخدام النشريات الالكترونية والبريد الالكتروني والمواقع الالكترونية والأقراص المدمجة.¹

9- استمرار غلبة الانترنت ووسائل الاعلام الاجتماعي (Social media)

اننا في عصر قد تتجه فيه وسائل الاعلام التقليدية الى الضمور. ويصبح استخدامها من تراث القرن التاسع عشر والقرن العشرين، ان انترنت يسيطر ويجدد نفسه يوميا، كما يبرز ذلك في السنوات الأخيرة، فقد بدأ بظهور ما يعرف اليوم بوسائل الاعلام الاجتماعية مثل: المدونات (Blogs) و (You Tube) و (Myspace) و الـ (Face Book) ان هذه التقنيات المعاصرة تتيح لممارس العلاقات العامة فرصا غير مسبوقة للاتصال والاصغاء والتفاعل مع جماهير غفيرة وملايين الأفراد على الصعيد المحلي والعالمي.²

10- الحاجة الى التعلم المستمر:

من بين الثورات التي ميزت السنوات الأخيرة ثورة التعلم والتي من أبرز مظاهرها الحث على التعلم المستمر مدى الحياة وتعلم كيف يتعلم الانسان وبناء المنظمة الساعية للتعلم. والواقع أن هذه جميعا تحتم على مفكري العلاقات العامة وممارسيها أن يستجيبوا لها. ولعل العقليات الخمس التي قدمها هوارد جاردنر تتطلب من ممارسي العلاقات العامة أن ينموها وهو اتجاه مستقبلي على أخصائيي العلاقات العامة أن يأخذوها في اعتباراتهم.³

11- استمرار حقل العلاقات العامة في النمو والنضوج والاستفادة من العلوم الأخرى.

12- استمرار عملية تمهين العلاقات العامة (Professionalism).

¹ عبد الباري ابراهيم الدرة ونبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص نفس الصفحة.

² نفس المرجع، ص 400.

³ عبد الباري ابراهيم الدرة ونبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص 400.

13- استمرار الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات والأخلاق في العمل.¹

14- الاعتماد على مصادر خارجية في ممارسة العلاقات العامة

نظرا لتعدد مهام العلاقات العامة وأدوارها فإنه لم يعد يكفي أن يقوم أخصائيو العلاقات العامة بالوظائف المطلوبة منهم في منظماتهم. بل أصبح حاجة ماسة الى الاستعانة بشركات متخصصة في العلاقات العامة لتقديم استشارات. وقد ظهر هذا الاتجاه في السنوات الأخيرة وسيعزز في المستقبل.²

رابعا: الرؤية الاستراتيجية المعاصرة للعلاقات العامة

يعد الاهتمام بمجال العلاقات العامة مع التطور الكبير الذي شهده العالم في نهايات القرن الماضي وبدايات القرن الحالي لا سيما مع التطور التكنولوجي في مجال الاعلام والاتصال، وبروز مجتمع معلوماتي قائم على أساس التداول الحر للمعلومات، وانحسار سلطة الدولة القومية والمؤسسات المحلية، وظهور مجتمع عالمي مفتوح يتجاوز حدود الجغرافيا.³

وكذا بروز مؤسسات وشركات حديثة تعتمد بشكل رئيسي على تكنولوجيا المعلومات فالمجتمعات دخلت في قطيعة مع التاريخ وظهرت رهانات جديدة غيرت بعمق المؤسسات البشرية. وحتى تضمن هذه المؤسسات حياتها وتستمر يستوجب عليها التكيف مع الثورة المعلوماتية التي تمس بشكل مباشر جوانب حياة المجتمعات العاصرة.

فالمؤسسات التقليدية وجدت نفسها في سياق العولمة الاقتصادية التي لا تعترف بالحدود الجغرافية والقومية والمحلية. حيث الموظفين في المؤسسات أصبحوا متلقين فاعلين بعدما كانوا مجرد مستقبلين سلبيين، وأصبحوا يلجؤون بأنفسهم الى المعلومة، بل أصبحوا شركاء في الوصول الى المعلومة. وهو شكل جديد لتسيير المؤسسات وادارتها، وأصبحت العلاقات العامة بذلك في خدمة الاقتصاد والمال خاصة بعدما أصبحت تكنولوجيا المعلومات ذات تأثير متزايد على مختلف جوانب الحياة للشركات والمؤسسات وحتى الحكومات.⁴

¹ عبد الباري ابراهيم الدرة ونبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص 401.

² المرجع نفسه، ص 400.

³ أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁴ المرجع نفسه، نفس الصفحة

فقد تأثرت وسائل الاتصال ومصادر الحصول على المعلومات وحركة البيع والشراء ووسائل التسلية، وطريقة انجاز العمل، وظهور الحكومة الالكترونية، وتأثر طريقة الاتصال التي تعد جوهر نشاط العلاقات العامة، حيث المعلومات شديدة التأثير على طبيعة النشاط الاتصالي في العلاقات العامة، وتجلي هذا التأثير في وسائل الاتصال وهوية جمهور المنظمة، وسرعة الاتصال، وأساليبه وشكل الرسالة، ومضمونها، ورجع الصدى، وكيفية تصنيف المعلومات وادارتها.¹

ويبدو واضحا تأثير تكنولوجيا المعلومات في العلاقات العامة عند الحديث عن أبرز تطبيقات هذه التكنولوجيا وهي الانترنت، التي سمحت بإتاحة البيانات والمعلومات الكبيرة جدا، بالإضافة الى سهولة الاتصال عبر هذه الشبكة بأقل التكاليف وبأسرع وقت ممكن. فقد وفرت أدوات وتقنيات الاتصال التي أصبحت في متناول الجميع ولكل من يحوز على كمبيوتر أو التكنولوجيا بصفة عامة، اذ أصبح بإمكان أي فرد أو منظمة أو شركة انشاء موقع على شبكة الانترنت واستخدام البريد الالكتروني والرسائل الفورية وتنزيل الصور والاتصال بالأفراد والمنظمات والمؤسسات والشركات على مستوى العالم.²

وإستخدامات العلاقات العامة للإنترنت:

- تصميم الموقع الالكتروني للمنظمة أو المؤسسة على شبكة الانترنت العالمية كأداة حيوية وجوهرية للاتصال بجمهور المؤسسة والعالم الخارجي.
- استخدام قواعد البيانات على الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات والأخبار ومعرفة كل جديد.
- القيام باستخدام البريد الالكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين أعضاء المؤسسة واتصال ادارة المؤسسة بالجمهور الخارجي المستهدف.
- اجراء البحوث على شبكة الانترنت من خلال اجراء المقابلات عبر الشبكة والبريد الالكتروني واستقصاء الآراء في موقع المؤسسة ومجموعات الحوار في المنتديات وعبر التخاطب المكتوب أو الدردشة والاتصال التليفوني عبر الانترنت بأقل التكاليف.
- التعرف على صورة المؤسسة.

¹ (أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة، ص25 نقل عن Alan Bemstein: The Emergency public relation , West publishing, USA ,2000,P315

² (أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة، ص26. نقلا عن Ibid,p. 315.

- تصفح المواقع المختلفة للمؤسسات ومراكز الأبحاث والمعاهد والجامعات والتعرف على أنشطة هذه المؤسسات واستفادة منها وتبادل الخبرات معها.
- استفادة ممارسي العلاقات العامة من شبكة الانترنت أصبح مرتبطا بزيادة مستخدمي الانترنت وقدرت العاملين في العلاقات العامة على التعامل مع شبكة الانترنت واستخدام التقنيات الحديثة في هذا المجال.
- الاستفادة من خدمة نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات والصور ونقلها أو تحميلها على أجهزة الكمبيوتر الخاصة بالمؤسسة وربما تكون هذه أبرز وأهم الخدمات التي يمكن أن يستفيد منها العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات حيث هذه الخدمات في زيادة وتطور بتطور تكنولوجيا المعلومات.¹

كما تناول الرؤية الجديدة للعلاقات العامة Thierry Libaert تحت عنوان nouveau concept une

nouvelle vision des relations publiques : «Slow PR»²

¹ (أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة، ص26-27).

² voir le Magazine de la communication de crise et sensible, 2010. PP 1-4. Thierry Libaert : nouveau concept une nouvelle vision des relations publiques : «Slow PR». www.communication-sensible.com.

المبحث الثاني: إدارة العلاقات العامة ومواصفات القائم بها في قطاع الصحة العمومية

وستنطلق في هذا المبحث أولاً إلى تنظيم إدارة العلاقات العامة وثانياً إلى مؤهلات ومواصفات القائم بالعلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية ونبرز أهم وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي ثالثاً وفي الأخير نشير إلى نشاطات وبرامج العلاقات العامة في المؤسسات الصحية.

أولاً: تنظيم إدارة العلاقات العامة

1- مستويات ممارسة العلاقات العامة

مما يلاحظ أن معظم المؤسسات ومهما كان نوع نشاطها فهي تحتوي على عدة مستويات إدارية وتعمل هذه المستويات على تنفيذ المهام والأعمال المستندة إليها كل حسب موقعه ومسؤولياته وسلطاته. وهذا ما ينطبق أيضاً على أقسام العلاقات العامة في هذه المؤسسات، ويعود سبب وجود هذه التنظيمات المتدرجة داخل الخارطة التنظيمية إلى قابلية الإشراف أي نطاق الإشراف للفرد الواحد على مجموعة معينة، حيث أن ذلك يتأثر بشكل ما بالقدرة الإنسانية وطبيعة العمل، لذا نرى صعوبة إشراف شخص على كافة العاملين لا سيما عندما تكون المؤسسة كبيرة الحجم. الأمر الذي فرض على الكثير من التنظيمات البشرية أن تكون علاقات متشعبة داخل العمل، مما أدى إلى أن توكل وظيفة الإشراف على وحدة العلاقات العامة من خلال عدد من المرؤوسين الذين بدورهم يتراسون عدداً من العاملين وبالتالي تكون هناك إمكانية هائلة لمتابعة أعمال الآخرين حسب القدرة والصلاحيات الموكلة عند تقسيم العمل.¹ مما يدفعنا إلى التعرف على المستويات الإدارية العامة الموجودة في المؤسسات الصحية.

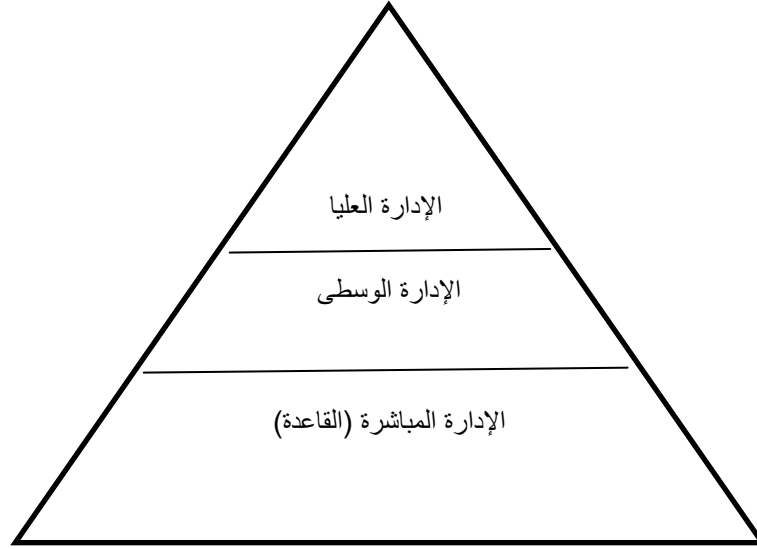
وبشكل عام يمكننا القول إن المؤسسات تحكمها ثلاث مستويات إدارية تقع من ضمن أحدها قسم العلاقات العامة وهناك من يحددها بأربع مستويات إدارية كلما كبر حجم المؤسسة، المستوى الأول رئيس مجلس الإدارة والمستوى الثاني مستوى المدير العام والمستوى الثالث يتألف من مديري الإدارات المختلفة والمستوى الرابع يتكون من رؤساء الأقسام والقاعدة، إلا أن هناك من يرى إمكانية الدمج بين المستوى الأول والثاني لوجود تقارب بينهما بالنسبة للصلاحيات والمسؤوليات مما يجعل المستويات الإدارية ثلاثة فقط.

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص 57).

المستوى الإداري الأول: الإدارة العليا

المستوى الإداري الثاني: الإدارة الوسطى

المستوى الإداري الثالث: الإدارة المباشرة



الشكل (ح) يوضح هرم تنظيمي يبين فيه المستويات الإدارية داخل المؤسسة الصحية¹

المستوى الإداري الأول: الإدارة العليا

يدعى هذا المستوى بالإدارة العليا لأنه يتكون إما من المالكين أو من ما يتم انتخابهم من المساهمين هذا بالنسبة للقطاع الخاص وليس موضوع دراستنا أو من الذين يتم تعيينهم من قبل الدولة في منشآت القطاع الصحي في حالة القطاع العام ويطلق على هذا المستوى بالإدارة العليا لأنه يتكون من مجلس إدارة والذي يضم المدير العام وأعضاء من داخل وخارج المؤسسة الصحية، وعادة ما يتأسس المجلس رئيس من ضمن الإدارة العليا وهو رئيس المؤسسة يتم تعيينه من قبل الدولة في منشأة القطاع الصحي وينصب عمله في رئاسة جلسات المجلس. ويمكن إجمال أهم واجبات الرئيسية لمجلس الإدارة بصفته يمثل جهة القيادة العليا للمؤسسة المسؤولة عن رسم السياسات، ووضع الأهداف والخطط والتعليمات العامة، ويمكن بواسطتها تحقيق المؤسسة لأهدافها ويقوم بإقرار الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية، وتحديد المستويات والمسؤوليات

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: المرجع سبق ذكره، ص62).

والصلاحيات المتعلقة بالوظائف، وتشرف على إقرار الميزانية التقديرية للمؤسسة خلال السنة القادمة وعلى ضوء واقع الحال يقوم بالإشراف والاطلاع على كافة المستويات أيضا.¹

مدير المؤسسة: وتتلخص أهم واجباته في:²

- التأكد من أن النظام القائم يتضمن التعرف على أفكار الجمهور الخارجي والداخلي وكذا يسمح بصدور التعليمات وتحويلها للأفراد المناسبين في الوقت المناسب.
- تقييم فاعلية العلاقات العامة، ومقابلتها بالتكاليف التي تنفق عليها.
- الاتصال الشخصي بالمسؤولين بالأجهزة الحكومية والمهتمين بالمجالات الأساسية لنشاط المؤسسة وكذا الصحفيين وغيرهم من الجماهير.

المستوى الإداري الثاني: الإدارة الوسطى

هذا المستوى يتكون من مديرية التنظيمات الرئيسية في الهيكل التنظيمي للمؤسسات الصحية (مديرية الشؤون الطبية - مديرية الشؤون الفنية - مديرية الشؤون الإدارية المساندة - مديرية شؤون التمريض... الخ)

هي تلك الجهة المشرفة على تنفيذ البرامج المقررة من المستوى الأعلى ويمكن توضيح أهم اختصاصات هذا المستوى الإداري والذي يركز في الوظائف التالية:³

- 1- إعداد وتهيئة الخطط التنفيذية ضمن الخطة العامة للمؤسسة الصحية والتي سبق وأن أقرت من قبل مجلس الإدارة.
- 2- ومتابعة تنفيذ الأعمال لمعرفة مدى ملاءمتها ومطابقتها للسياسة العامة واكتشاف الانحرافات وتعديلها أولاً بأول ثم تطوير الظواهر الايجابية، هذا المستوى مسؤول أيضا بنطاقه على التأكد من سير الجوانب المشرفة بشكل عام على نتائج العمل المنفذ من قبل القاعدة ومستوى الإدارة الدنيا أو الإدارة المباشرة. كما يقدم التوصيات والاقتراحات والتقارير الدورية للإدارة العليا عن جميع الفعاليات والنشاطات المنجزة بالمؤسسة الصحية.

¹ حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص58.

² أنعام حسن أيوب وآخرون: العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2016، ص 219.

³ حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص58-59.

المستوى الإداري الثالث: الإدارة المباشرة

يتكون هذا المستوى من رؤساء ومسؤولي الشعب والأقسام والمشرفين الذين يقومون بالإشراف مباشرة على العمل المكلفين به من قبل الإدارة الوسطى فمثلا يضع مدير العلاقات العامة برنامجا مقترحا لنظام حوافز جديد للعاملين الصحيين «الفريق الطبي» الأطباء وممرضين والإداريين والوظائف المساندة من فنيي المخابر والأشعة وبقية الوظائف المساندة الأخرى لرفع مستواهم المادي وتقوم الأقسام والشعب الأخرى التي لها علاقة بهذا البرنامج بتنفيذ كافة الأعمال التي تساهم في نجاح الخطة بعد دراستها بالإضافة إلى الأعمال الاعتيادية.¹

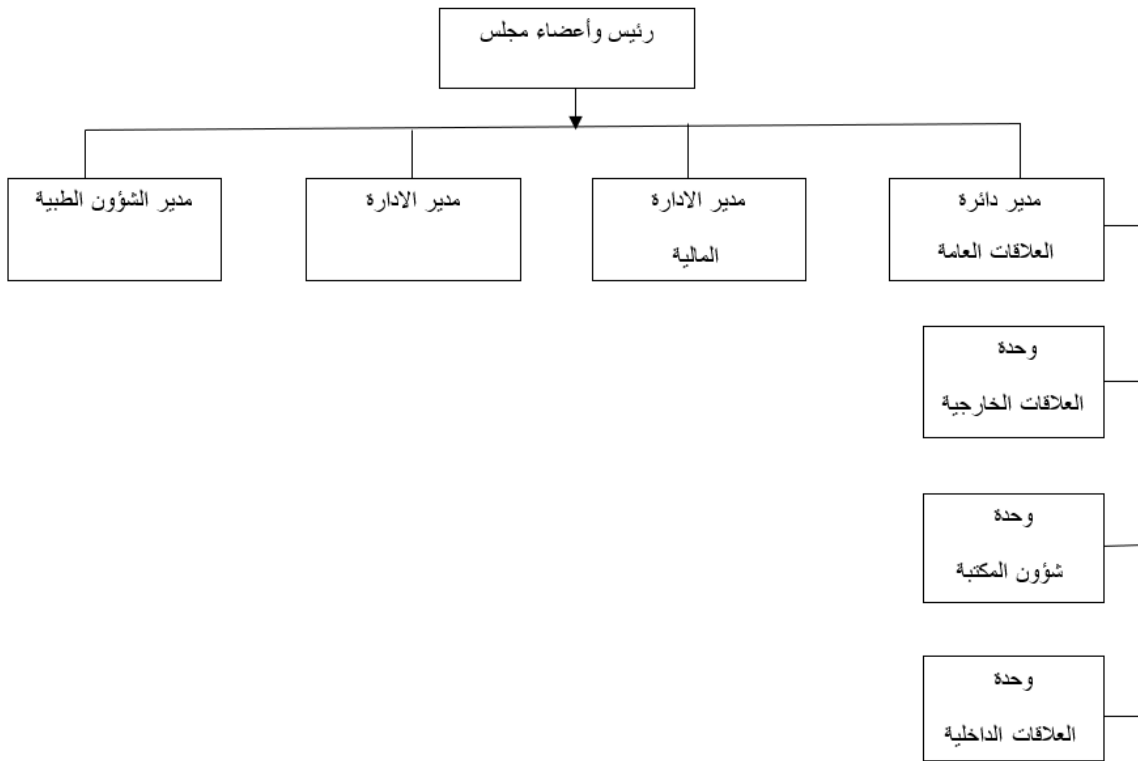
2- موقع قسم العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

الواضح أن لقسم العلاقات العامة في جميع المؤسسات الصحية صفات إدارية ووظيفية موازية لمهام الأقسام و الشعب الإدارية الأخرى مع وجود اختلاف في طبيعة الوظيفة التي تؤديها تلك الأقسام. و لما كان جهاز العلاقات العامة هو الذي يقوم بنقل رغبات وطموحات الجمهور الداخلي و الجمهور الخارجي للأجهزة الإدارية الموجودة داخل المؤسسة و كذلك المتاعب والسلبيات التي يمكن أن توجد في الأقسام والتي قد لا تكون معروفة لدى الإدارة العليا بالمؤسسة، فإنه من الضروري إيجاد مكان متميز له على الهيكل التنظيمي يسمح له القدرة على التحرك بشكل واسع لتأدية واجباته المحددة حسب الخطة العامة للمؤسسة. ومن المؤكد أن الإدارة العليا حريصة كل الحرص على سمعة المؤسسة التي تتولى إدارتها وتسييرها باتجاه النجاح مما يجعل الاهتمام بهذا القسم لازما في المؤسسات الصحية من خلال دعمه إداريا و ماديا لما له من أبعاد ايجابية مباشرة على المؤسسة والمجتمع.

ولما كان الهيكل التنظيمي لأية مؤسسة هو الإطار الذي يمثل عناصر العمل بأنواعه المختلفة، ويعمل بشكل منسق ومنسجم مع كيان المؤسسة الصحية بهدف الابتعاد قدر الإمكان عن الاحتكاك والتصادم بين الجهود الجماعية للأقسام والشعب الإدارية داخل حدود المؤسسة. وأصبح من الضروري لجميع المؤسسات أن تهتم بتحديد ذلك بأسرع وقت ممكن من أجل إيجاد نوع من الاستقرار في تحريك الإدارات حسب الخطط المرسومة دون أي آثار سلبية في دورة العمل، و يتم تصميم الهيكل التنظيمي بما يتناسب مع جهاز العلاقات العامة على أساس سليم من خلال تحديد الأهداف التي يسعى التنظيم إلى

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: المرجع سبق ذكره، ص 59).

تحقيقها و الإمكانيات التي لابد أن تتوافر حتى يكون قادرا على القيام بمهامه بكفاءة. وخاصة فيما يتعلق بالقوة البشرية اللازمة، إذ أن لقسم العلاقات العامة دور رئيسي وهام في إعداد وتنفيذ برامج المؤسسة وإشراكه في كثير من الأمور الرئيسية، بسبب تعامله مع الجمهور والإدارة و تم اعتبار نشاطه مستمرا ومطورا للعمل حسب المتغيرات والإمكانيات المتوفرة داخل المؤسسة، وهذا ما جعل موقعه في الهيكل التنظيمي واضح المعالم ووضعه حسب جدوى موقعه في الهيكل التنظيمي الإداري وملائمته، والذي يتيح له إمكانيات واسعة لتأدية عمله بالشكل المطلوب و اللازم.¹



الشكل (خ) يمثل رسم توضيحي لموقع قسم العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية

موقع قسم العلاقات العامة في المؤسسات الصحية يمنح الجهاز القدرة على السهر على حسن سير العملية الاتصالية في المؤسسة بكل أريحية كما يأخذ بعين الاعتبار وظيفته الإدارية.

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص 69-70).

3- الاتصال في المؤسسات الصحية:

يعد تدفق المعلومات شريان الحياة في عمليات وفعاليات أي تنظيم، فصنع القرار يعتمد على معلومات دقيقة وكاملة ومتوفرة في الوقت الصحيح. وهو دائما أحد المشاكل الأكثر تعقيدا التي تواجه المؤسسات. والأكد أن هذا ينطبق على المؤسسة الصحية كباقي المؤسسات، فبدون مشاركة المعلومات لا يمكن للتنظيم أن يتشكل ولا يتمكن من أن تستمر المؤسسة في الوجود طويلا.

وبالنتيجة فإن عملية الاتصالات تفرض مشكلة كبيرة لإدارة المؤسسة الصحية والتي ترتبط فعاليتها بشكل مباشر بالنجاح الذي تستطيع به الإدارة إجراء الاتصال.

وتتضمن الاتصالات بمعناها الضيق مهارات مختلفة مثل: القراءة والكتابة والاستماع والمحادثة. وتتضمن بمعناها الأوسع المواقف والشعور والبيئة وربما المدى الكامل للعلاقات الشخصية وعلاقات العمل. فالاتصالات هي عملية لا تقتصر فقط على إرسال واستقبال المعلومات بل المواقف والشعور كذلك.

وفيما يتعلق بالمؤسسات الصحية فإن إجراء الاتصالات لا تعني فقط إرسال واستقبال تلك المعلومات أو المعرفة التي تساعد المؤسسة بل الوصول إلى أهدافها. فأى نوع آخر من الاتصالات في المنظمة سوف يكون غير فعال.¹

4- العملية الإدارية في المؤسسة الصحية:

ان موضوع توفير وتقديم الرعاية الصحية لمحتاجيها وطالبيها في الآونة الأخيرة لم يعد محل اهتمام يومي للجهات المسؤولة عن تخطيط وتوفير هذه الخدمات و تقديمها فقط بل تعادها إلى الجمهور العام حيث أصبح هذا الموضوع محل اهتمام كبير من قبل المواطن كطالب لهذه الخدمات ومستهلك لها.²

و لعل السبب وراء هذا الاهتمام و التركيز المتزايد على المؤسسات الصحية التي تقدم هذه الخدمات يعود الى ارتفاع تكلفة هذه الخدمات حاليا والاتجاه المتصاعد لهذه التكلفة من جهة ومستوى ونوعية هذه الخدمات من جهة أخرى وخاصة الخدمات العلاجية التي تقدم من طرف المستشفيات ومن المؤكد أن الخدمات الصحية تنتج وتقدم من طرف الإنسان وهذا ما يجعل أن القسم الأعظم والبالغ 60 - 70 %

¹ (فريد توفيق نصيرات: ادارة منظمات الرعاية الصحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 295.

² (مرجع نفسه، ص 29.

من التكلفة الكلية لهذه الخدمات يذهب كأجور و مرتبات لمستخدمي المؤسسة الذين يقومون بالتزويد بهذه الخدمات، ومن هنا يأتي التركيز و الاهتمام بقطاع المستشفيات كمزود رئيسي لهذه الخدمات بغرض تحسين وزيادة فعالية العملية الإدارية فيها بشكل يضمن حسن استغلال الموارد المتاحة لها وخاصة العنصر البشري العامل فيها. ولعل المشكلة الحقيقية التي تواجه المنظمات الصحية هنا هو توافر إدارة فعالة وذات كفاءة تستطيع العمل في إطار الفعالية.¹

ثانيا: مؤهلات ومواصفات القائم بالعلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية

الخصائص الواجب توفرها لدى العاملين في العلاقات العامة:

لكون مهنة العلاقات العامة مهمة يجب أن تتوفر في القائمين عليها مجموع من المواصفات أهمها:

- 1-النشاط: العلاقات العامة عمل مستمر وحيوي ومتعدد المجالات وجهد متواصل مما يتطلب أن يتصف من يعمل بالعلاقات العامة بالقدرة على التحرك السريع ودون ملل وبذل أقصى الجهود لنجاح مهمته.²
- 2-الإقناع: يعد من المميزات المهمة لممارس العلاقات العامة أن يكون له القدرة على التأثير في نفوس الناس وإقناعهم بلباقة، لا يستخدم الدعاية الكاذبة وإنما يمكنه من خلال درايته بالنفس البشرية والجماعة الإنسانية أن يعرف كيف يرشد ويوجه وكيف يقنع باللفظ والعبارة وقوة الشخصية. فلا بد أن يكون قادرا على استمالة الغير بالأفكار التي يعبر عنها وإمكانية تحليله لوجهات نظر المعروضة قبل تقديم الأفكار.³
- 3-الذكاء: وأن يكون ممارس العلاقات العامة ذكيا، ناضج الشخصية، أهلا للثقة، فالذكاء عنصر هام تتسم به شخصية ممارس العلاقات العامة فهو يقوم بتمثيل المؤسسة وحل مشكلاتها الإنسانية وتوطيد علاقاتها الاجتماعية.
- 4-حسن المظهر والمنطق والجادبية: تعد من مظاهر هذه الشخصية سماحة الوجه ورقة الحديث والكلام وتناسق القوام وحسن الهدام والقدرة على التعبير الكلامي بشكل مؤثر والتميز بالشخصية القوية الجذابة لينال اعجاب الآخرين ويرشدهم باللفظ والعبارة وقوة الشخصية فالناس يجتذبون لما هو محبب لديهم.⁴

¹ فريد توفيق نصيرات: المرجع سبق ذكره، لصفحة نفسها.

² عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 209.

³ المرجع نفسه، ص 70.

⁴ المرجع نفسه، ص 209.

5- الشخصية المستقرة والمتزنة: يجب أن يتصف رجل العلاقات العامة بالشخصية المستقرة الهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم وخلق انطباع حسن عن المؤسسة لدى الجمهور.¹

6- الشجاعة

7- الاستقامة والصدق: تعد الاستقامة والصدق من المواصفات الرئيسية التي يجب أن يتحلى بها القائم بالعلاقات العامة وأن يكون قادرا على عرض الحقائق عرضا سليما على الجمهور لكي يظفر بتأييده ويكسب ثقته وأن يتحلى بالسمعة الطيبة والأخلاق الفاضلة وهذه الصفات من المواصفات التي يؤكد عليها الدين والمجتمع.²

8- الموضوعية: القدرة على النظر بتجرد عن الذات الى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل وتجنب التمييز العنصري أو الشعوبي أو العرقي أو الاجتماعي وما الى ذلك من اتجاهات.³

9- التكيف

10- الكياسة

11- الاحساس العام

12- الخيال الخصب

ثالثا: وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي

تعتبر وظائف قسم العلاقات العامة في المؤسسة الصحية بالقطاع الصحي بصفة عامة متشعبة ومتعددة بتعدد الأفراد و الجماعات و الجماهير التي تتعامل معها، و كذلك حسب طبيعة النشاط الذي تمارسه هذه المؤسسات و الأغراض و الأهداف التي تسعى لتحقيقها. حيث أن مجال العلاقات العامة يشمل المؤسسات التعليمية و الصناعية و التجارية و الاجتماعية و الرياضية و الترويحية وكذلك الحال بالنسبة للمجال الصحي وهذا ما يجعل وظائفها تختلف من مؤسسة إلى أخرى، إلا أن الهدف الأساسي واحد في جميع هذه المؤسسات حيث تجمعها مبادئ عامة واحدة تؤدي بتالي إلى أن تحقق بها العلاقات العامة أهدافها، وهي تهدف بالتأكيد إلى إيجاد رابطة قوية بين الجماهير والمؤسسات التي تتعامل معها عن طريق توفير قنوات اتصال مستمرة مبنية على التعاون و الاحترام المتبادل، لذلك تعتبر المؤسسات

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: المرجع سبق ذكره، ص 209.

² علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 71.

³ نفس المرجع، ص 72.

في الدول النامية غير مكتملة النضج بمعرفتها من حيث الأهمية و الأبعاد الأساسية لمفهوم العلاقات العامة بشكله العلمي. والأهداف التي يمكن أن تحققها للمجتمع. على عكس ما هو الحال في المجتمعات المتقدمة، إذ يرى البعض من الإداريين في الدول النامية بأن قسم العلاقات العامة ليس له مردود ايجابي وأنها عملية ترف لا تؤدي إلى تحقيق أرباح ولا يجنى من وراءها عوائد تعود على المؤسسة بالنفع. ومنهم من يرى أنها مضيعة للوقت وجهود العاملين والإدارة في المؤسسة. إلا أن هناك اتجاه أخذت به الكثير من المؤسسات الأخرى مدركة لأهمية إنشاء قسم العلاقات العامة وإعطائه مهام اجتماعية من خلال التعامل مع الجمهور.

ومع هذا فإن هناك اختلاف في تحديد نوعية وظائف العلاقات العامة بين مؤسسة وأخرى، إذ أنها تعتمد على اجتهاد المسؤولين وتفهمهم لدور العلاقات العامة. لذا يمكن أن نجد تضاربا واضحا بين وظائف العلاقات من مؤسسة لأخرى حيث تعتبر بعض الوظائف هامة في مؤسسة بينما لا تلقى الاهتمام في مؤسسة أخرى إلا أن اتساع نطاق العلاقات بصورة ملحوظة وتداخله المباشر مع فلسفة الإدارة في كافة مجالات النشاط الإنساني الشعبي والحكومي، بعد أن أصبحت من مستلزمات الاستقرار و النمو في المؤسسات ذات النشاط الذي يهدف الى الربح كالمؤسسات الاجتماعية ومثيلاتها، فقد أوجدت للعلاقات العامة مكانا جيدا لدى كثير من الإداريين الشباب، مما أدى إلى إيجاد مستوى تنظيمي و إداري للقسم في الخارطة التنظيمية للمؤسسة و أصبحت مسؤولية العلاقات العامة لا تقع على كاهل العاملين فقط في قسم العلاقات العامة و إنما كافة الموظفين في حدود مواقع عملهم، عن طريق التفاعل مع برنامج العلاقات العامة.¹

وإذا ما لخصنا الوظائف التي يؤديها قسم العلاقات العامة في المؤسسات الصحية فهي:²

- 1- تعريف الجمهور الداخلي والخارجي بالمؤسسات الصحية والاستشفائية وتوضيح أهدافها ورسالتها عن طريق أدوات الاتصال واسعة الاستخدام وباللغة التي يفهمها الجميع.
- 2- توفير مناخ جيد من العلاقات الاجتماعية والإنسانية بين العاملين في المؤسسات الصحية والمستشفيات عن طريق استغلال المناسبات والأعياد وبتالي بسط جو ملائم لأداء العمل داخل المؤسسة.

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص 77-78).

² (المرجع نفسه، ص 79-80).

- 3- تقديم صورة واضحة للجمهور عن سياسة المؤسسة الصحية والمستشفى وما يحدث فيها من تعديل أو تغيير وأسباب ذلك لإيجاد حالة من الاستقرار لدى العاملين والجمهور الخارجي لاستمرار العلاقة والتعامل مع المؤسسة.
- 4- توثيق العلاقة بين الأقسام والمصالح داخل المؤسسة الصحية أو المستشفى والتأكيد على تشجيع الاتصال بين مختلف المستويات الإدارية والتعاون فيما بينها وإيجاد قنوات جيدة للاتصال.
- 5- يقوم خبراء العلاقات العامة كمساعدين للإدارات بالمؤسسات الصحية أو المستشفى والجمهور الخارجي لتحقيق نوع من الانسجام في التعامل وكسب ثقة الجماهير الداخلية والخارجية بالمؤسسة.
- 6- القيام بالدراسات والبحوث والتحليل لجميع المسائل التي تهم الإدارة العليا وتقديم المقترحات البناءة لرفع شأن المؤسسة الصحية والمستشفى في المجتمع.
- 7- دراسة اتجاهات الجماهير التي تتعامل مع المؤسسة الصحية أو المستشفى وتحليل المقترحات المهمة وتقديم التقارير حول ذلك للقائد الإداري أو مجلس إدارة المؤسسة لمناقشتها وإقرارها إذا كانت تؤدي إلى ترسيخ علاقة طيبة مع الجمهور من دون المساس بمصالح المؤسسة.
- 8- يشترك أخصائي العلاقات العامة في رسم سياسة المستشفى عن طريق تحديد سياسة قسم العلاقات العامة وعلاقته مع الأقسام والادارات الأخرى داخل الهيكل التنظيمي، وتقديم المعلومات والبيانات اللازمة عن ذلك، وقد يكون له دور في ادخال بعض التعديلات على سياسة المستشفى في ضوء الدراسات المقدمة من قبل هذا الجهاز.

رابعاً: أسس تنظيم العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

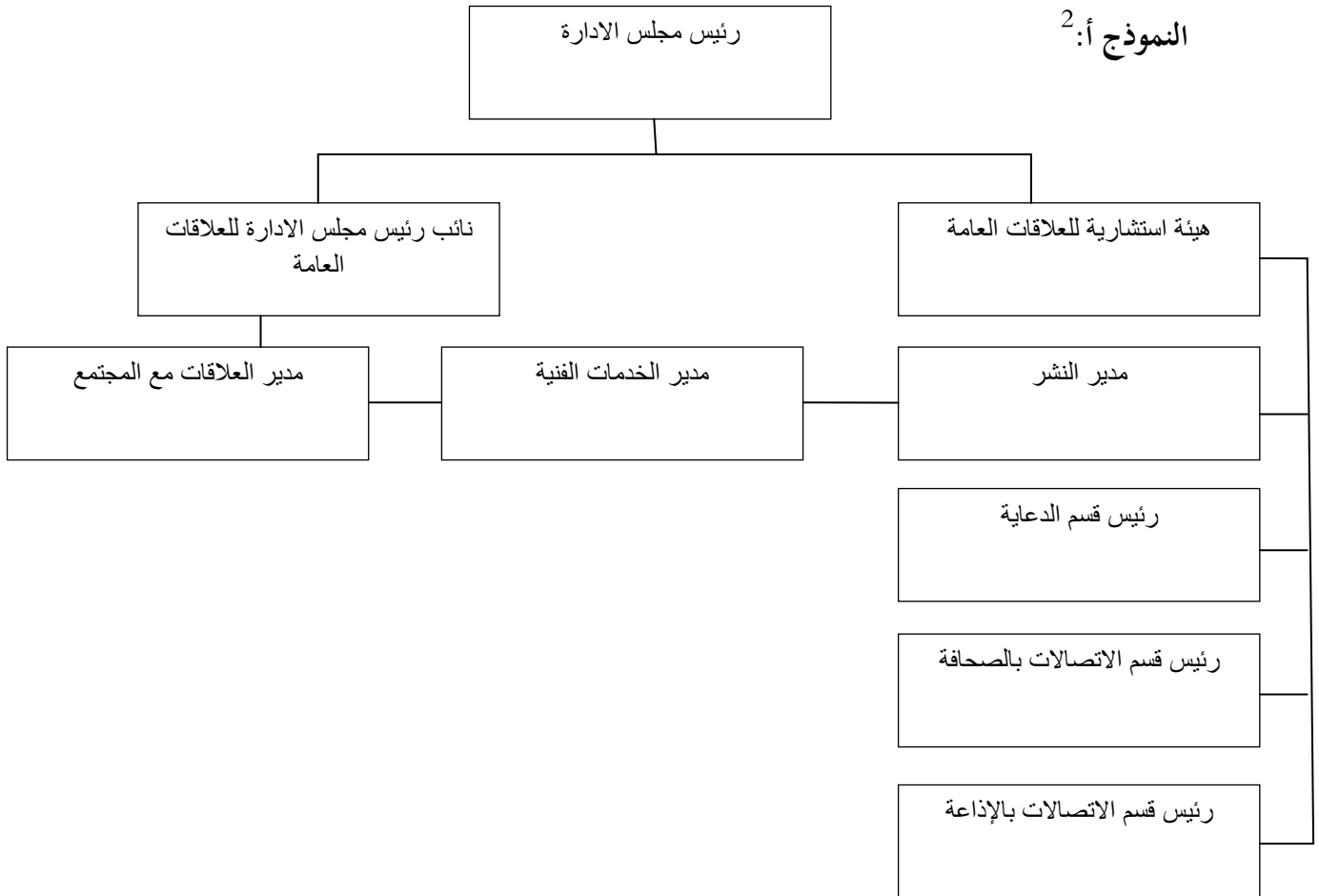
1- أسس التنظيم الداخلي للعلاقات العامة في المؤسسات الصحية:

لقسم العلاقات العامة أهمية بالغة باعتباره وحدة إدارية نشيطة صغيرة كانت أم كبيرة داخل الهيكل التنظيمي العام لكثير من المؤسسات، إلا أن هذه الوحدة لا يمكنها أن تؤدي دورها كاملاً متكامل إلا بمساعدة شعب وأقسام مرتبطة معها داخل هذا المستوى من أجل تنفيذ المهام بشكل جيد، لا سيما وأن دور العلاقات العامة في المجتمع يجب أن يصاحبه نوع من الدقة والحرص عند التعامل. لهذا سوف نبين وباختصار كيف تنظم إدارة العلاقات العامة وكيف تقوم بتوزيع المسؤوليات والصلاحيات والاختصاصات

ضمن تفرعاتها العديدة لكي تضمن سير قسم العلاقات العامة بشكل واضح المعالم دون بذل جهد ونفقات مبالغ فيها وبالتالي يؤدي قسم العلاقات العامة بشكل يرضي جماهيرها الداخلية والخارجية.

وطبعا لا يوجد نموذج محدد المعالم لأسس التنظيم الداخلي لقسم العلاقات في القطاع الصحي لهذا خضعت كثير من النماذج إلى عوامل عديدة لعل أهمها: نوعية نشاط وتخصص المؤسسة الصحية، حجم المؤسسة الصحية أو المستشفى الذي ينتمي اليه قسم العلاقات العامة، عدد العاملين في المؤسسة الصحية ومؤهلاتهم العلمية، ونوعية الجمهور المتعامل مع المؤسسة الصحية (داخلي أو خارجي).

هذا ما أدى إلى ظهور خرائط متنوعة ومختلفة لإدارة قسم العلاقات العامة ذاتها فمنها ما اعتمد على الأسلوب الإعلامي في إيصال المعلومات ومنها ما اعتمد في تنظيمه الداخلي على الأسلوب الاتصالي وقسم آخر حاول المزج بين الأسلوبين والاعتماد عليهما في تدعيم تنظيماته وقنوات الاتصال.¹

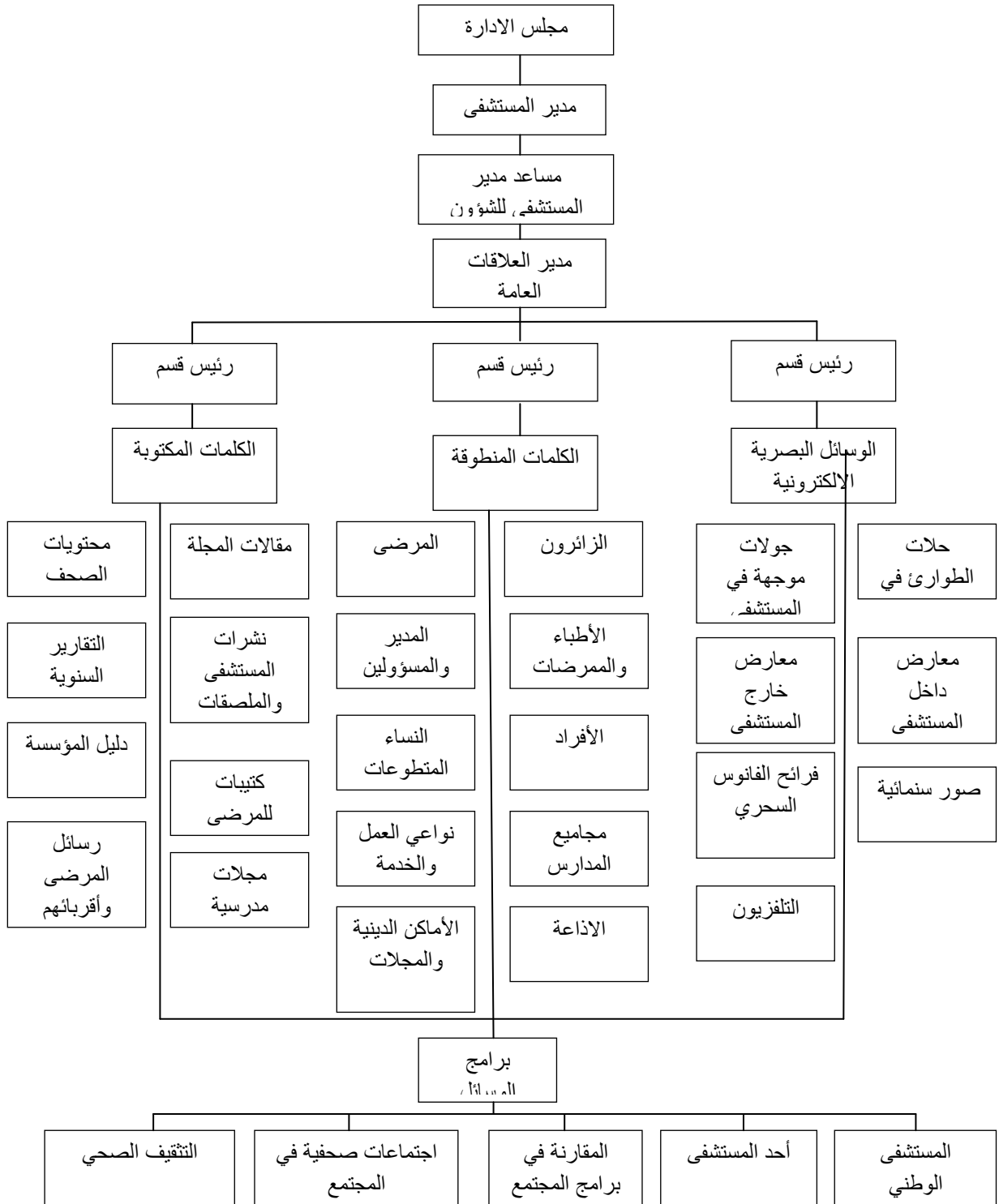


الشكل (د) يمثل خارطة تنظيمية تبين التقسيم الداخلي لقسم العلاقات العامة لإحدى المؤسسات الصحية

¹حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص83.

²المرجع نفسه، ص84.

النموذج ب:



الشكل (ذ) يبين الهيكل التنظيمي مع وسائل التثقيف والعلاقات العامة الخارجية والداخلية للمستشفيات¹

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص 86.

2- أسس التنظيم الخارجي لقسم العلاقات العامة في المؤسسات الصحية:

يلاحظ في العديد من وزارات الصحة و بالتعاون مع بعض المؤسسات الصحية العاملة على تنظيم ورشات عمل وافتتاح دورات تأهيلية لبعض طالبي الانتماء إلى العمل في مجال العلاقات العامة لإختيارهم للعمل في أقسام وشعب العلاقات العامة، بإدارة جيدة لتعزيز الكادر البشري ضمن تنظيم الداخلي لقسم العلاقات العامة لغير أن هذه الدورات لم يكتب لها النجاح والعمر الطويل كما يظهر، ولم يتم الاهتمام الجدي بها لتقوية اندفاع الموظفين في العمل في هذا المضمار. لذلك يرى الدكتور حسن صالح سليمان القضاة بأن هناك هبوط واضح في المعلومات العامة عن وظائف القسم كما هو الحال في مستوى الإدارة العليا لكثير من المؤسسات الصحية، ولم تكن هناك أي فكرة عن دور العلاقات العامة لأن البعض يعتبره علم ليس انتاجيا ويكلف المؤسسة الصحية والاستشفائية مبالغ وموظفين يمكن أن تستفيد منهم إدارة المؤسسة في مجالات أخرى. وهذا ما أدى إلى الاعتماد على شبكة الاستعلامات كأداة متواضعة لتأدية جزء من وظائف العلاقات العامة الشاملة. ومع أنه لا يجب التركيز على هذا المبدأ الناقص بسبب عدم امكانية تكملة مبادئ وأهداف العلاقات العامة على هذا المنوال، فان موظفي الاستعلامات هم من الكفاءة والمؤهلات التي تسمح لهم بالتعامل مع خصوصية هذا الجمهور بالشكل الحسن وهذا ما تبين في عدد من المؤسسات الصحية في عدد من الدول الأخرى.²

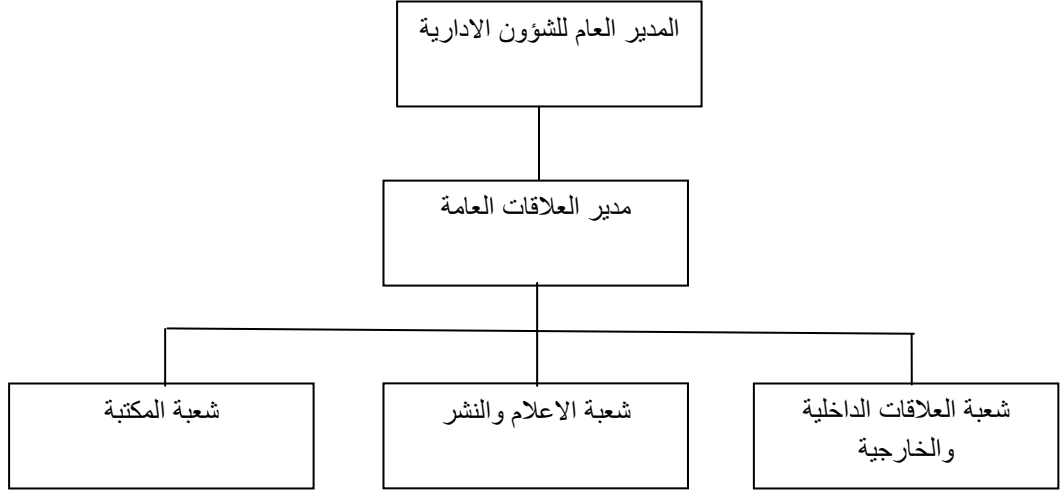
كما هناك بوادر نضج لبعض الأطباء الذين لهم مواقع ادارية في المؤسسة الصحية والاداريين مازالت توجي بوجود مؤشرات واضحة لتحسين هذه الوظيفة في المؤسسات الصحية ولهذا فان بعض اللجان تقوم بدراسة التطوير الاداري وامكانية فتح أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية بهدف تعريف عدد من الخصائص والأهداف والوظائف للعاملين في قسم العلاقات العامة وكذلك التشكيلات الادارية لوصف الوظائف ومجالات التخصصات المختلفة.³

¹ حسن صالح سليمان القضاة: المرجع سبق ذكره، ص 87-88.

² المرجع نفسه، ص 88.

³ المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

شكل (ر) يمثل موقع مقترح لقسم العلاقات العامة حسب التنظيم الخارجي¹



خامسا: نشاط وبرامج العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

1- برامج العلاقات العامة في المؤسسات الصحية:

تعتمد برامج العلاقات العامة إلى حد كبير على معلومات وحقائق ثابتة لتقديمها في شكل علمي مدروس إلى مختلف الجماهير، ويرتكز هذا الموضوع في تعزيز هدف الوصول إلى نتائج طبية في مضمار العمل الإنساني الذي تضطلع به هذه البرامج للتفاعل معها لكي تسعي بشكل مباشر وفعال لعلاج جميع التغيرات والرواسب الموجودة بين المؤسسة الصحية وجمهورها بشكله الواسع.

نظرا لكون برامج العلاقات العامة حديثة التكوين في المؤسسات الصحية فإنها بالتالي لم تصل إلى مرحلة نضوج الكامل أو المثالية في تطبيق مبادئ و أهداف العلاقات العامة، إلا أن ذلك يعتمد على عوامل عديدة منها الكادر الفني العامل في هذا القسم، حيث أن إمكانياتهم على تقديم البرامج و الخطب على مستوى جمهورهم يجب أن يستند إلى الواقع العملي والمؤشرات والنتائج الحقيقية و الابتعاد قدر الإمكان عن التخمين و الاجتهاد في طرح الأمور التي لها علاقة بالجمهور، ومحاولة اختيار و إعداد البرامج المناسبة لهذا الجمهور و الذي له خصوصيته التي تستوجب من أقسام العلاقات العامة الحرص

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص89.

الشديد في اختيار البرامج المؤثرة و المشوقة في جمهور المؤسسات الصحية بصورته المتكاملة إن كان على مستوى العاملين في المؤسسة الصحية أو على مستوى المراجعين والمرضى.¹

بالنسبة للعاملين في حقل العلاقات العامة فهم الأساس لنجاح كافة البرامج باعتبارهم الجهة المحايدة في تحديد المؤشرات التي تهم الإدارة من ناحية والجمهور من ناحية أخرى. لهذا كان على مثل هذه البرامج أن تساهم وبشكل فعال في زيادة التوعية بأهمية العلاقات الإنسانية بين جميع الأطراف وإيجاد نوع من العلاقات الطيبة بين الجميع كل حسب موقعه الوظيفي، مما يساعد على وضع الأفراد داخل المؤسسات الصحية بشكل يتناسب و قدراتهم الشخصية و العمل على توفير جميع المستلزمات الملائمة لتحسين ظروفهم ووضعهم العملي من أجل تأدية مهامهم ووظائفهم بصورة تزيد من فعاليتها عن طريق زيادة تقديم الخدمات والرعاية الصحية لجمهور المواطنين. هذا ما يجعل برامج العلاقات العامة نشاطا مهما في حياة جميع المؤسسات الخدماتية الصحية، إذ أن هذه البرامج تبرز مدى وثاقة الصلة بينها وبين المجتمع لا سيما بالنسبة للمؤسسات الصحية و التي تستفيد من خدماتها مختلف شرائح المجتمع.²

لذلك فان برامج العلاقات العامة تسعى بكل جهودهم المشتركة إلى إيجاد مناخ و حالة من التفاهم المتبادل داخل العمل عن طريق تعميق الوعي الثقافي و الاجتماعي و الصحي والوطني و تأدية الأعمال وهذا ما أوجد أسسا إيجابية من التفاهم و التعاون بين المؤسسات و بين الأفراد و أن هذه الأسس الواضحة المعالم هي التي تساعد على إيجاد مثل هذه الصورة الرائعة لتنظيم العمل بين كل الأطراف، ويجب أن نؤكد هنا أنه ليس لبرامج العلاقات العامة علاقة بأساليب الدعاية التي تحمل في طياتها عنصر المبالغة و التشويه في المعلومات للجمهور و بالتالي نفس جميع العلاقات الطيبة المستندة على الثقة المتبادلة لطرفي الصلة المؤسسة وجمهورها. لهذا كانت برامج العلاقات العامة تعتمد في الأساس على الصراحة و الحقائق الصادقة في جميع الاتجاهات أي عندما تحاول توصيل أراء و مقترحات مقدمة من الجمهور إلى المسؤولين في تلك المؤسسات الصحية أو نقل أهداف و نشاطات المؤسسة الصحية و العلاجية إلى المواطنين أو إلى مؤسسات الدولة و أجهزتها و المجتمع ككل. ولهذا نلاحظ أن هناك تقننا في استخدام أدوات الاتصال بالجمهور و بالشكل الذي يؤثر فيه بصورة مباشرة مع الأدوات الاتصالية

¹ حسن صالح سليمان القضاة، نفس المرجع، ص 101.

² المرجع نفسه، ص 101-102.

السمعية و البصرية وكيفية استخدام الألفاظ و العبارات المؤثرة أو قوة الكلمة المسموعة، فان هذه الوسائل التي يستخدمها قسم العلاقات العامة هي من أتاحت برنامجها الخاص و بالتالي تحقيق أهدافها المرجوة.¹

1.1- أنواع برامج العلاقات العامة:

يمكن أن يكون برنامج العلاقات العامة برنامجا اعلاميا، أو تأثيريا، أو تثقيفيا، وقد يجمع أيضا أكثر من وظيفة من الوظائف. كما أن هناك أيضا برامج الخدمات التي ترمي الى تذليل العقبات والمساهمة في حل المشكلات التي تواجه الجماهير تحقيقا للدور الاجتماعي والإنساني للمنظمة²، ويمكن الاشارة الى أنواع برامج العلاقات العامة كما يلي:

1.1.1- البرنامج البسيط ومحدود التأثير: لا تتعدى أهداف هذه البرامج سوى قدر محدود من الانجاز

أو اقامة علاقة معينة أو المحافظة على علاقة ذات قيمة معينة بالنسبة للمؤسسة.

2.1.1- البرنامج الكبير والمتعدد الاتجاهات والتأثير: وهي تعني استخدام امكانيات كبيرة نسبيا تتفق

مع المواقف المعينة والمتطلبات التي تستدعي اقامة مثل هذه البرامج. والبرامج الكبيرة التي يشترك فيها عدد كبير من المتخصصين وذوي الخبرة الطويلة في العلاقات العامة، وقد يستعان فيه بمستشار للعلاقات العامة، وخاصة إذا كان البرنامج يستدعي استخدام أكثر من وسيلة من وسائل الاعلام لتحقيق أهدافه التي تكون في الغالب كبيرة أي اقامة علاقات واسعة مع المجتمع.³

3.1.1- البرامج الاعلامية الهجومية: هذا النوع من البرامج غير مستحب ولكن يلجأ اليها لمنع الضرر،

أو الأخطار قبل وقوعها، كأن تتوقع منظمة أو شركة ما من أحد منافسيها استغلال موقف معين لتحويله الى صالحه على حساب مصلحتها، وهنا يكون الهجوم مبرر.⁴

4.1.1- البرامج الاعلامية الدفاعية: يحتاج هذا النوع من البرامج الى الحيطة والحرص في المادة

المستخدمة في الدفاع لأنها عادة ما تواجه برامج هجومية من مؤسسة منافسة، وتهدف هذه البرامج الى محاولة ازالة الآثار التي خلفتها الشائعات أو الدعاية و الأكاذيب المضادة، معتمدة على كشفها وتعريفها وعرض الحقائق بدون تعديل أو اضافة حتى ولو كانت بغرض زيادة كسب الآراء المؤيدة، ومعززة بالأدلة

¹ حسن صالح سليمان القضاة، مرجع سبق ذكره، ص102.

² زهير عبد اللطيف عابد و أحمد العابد أبو السعيد: ادارة العلاقات العامة وبرامجها، ط ع، دار اليازوتي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2014، ص 184.

³ المرجع نفسه، ص 186.

⁴ المرجع نفسه، ص 187.

و الحجج و البراهين التي لا تقبل الشك أو الاجتهاد بالإضافة الى ابراز الجوانب الممتازة والمؤيدة لوجهة نظر المنشأة ولا يمنع من تضمين البرنامج الدفاعي بعض ما ورد من الهجوم، أو الشائعات أو الأكذوبة وتنفيذها في دقة وإتقان بحيث لا تسمح للمنافس بمعاودة الهجوم.¹

5.1.1- برامج الاعلام الداخلي: وهي البرامج الموجهة الى الجمهور الداخلي للمنظمة وتتسم عادة بلغة الود وهي موجهة من الادارة العليا الى جمهور العاملين مثل:²

- انجاز النشرات الداخلية.
- عقد الاجتماعات الدورية مع العمال والمستخدمين.
- تنظيم رحلات جماعية.
- تقديم خدمات خاصة للعاملين في المناسبات.
- تقديم هدايا او مكافآت مالية في حالات خاصة.
- عقد اجتماع أسبوعي، أو شهري أو سنوي أو لقاء سنوي في فندق مع حفل عشاء فاخر في أحد الفنادق، وهذا يحدث خاصة في الشركات الخاصة والمنظمات التي لديها امكانيات مالية وتهتم بترفيه العنصر البشري.
- تقديم مسابقات بين العمال وتغطيتها اعلاميا مثل الأنشطة الرياضية.
- استخدام اذاعة داخلية مثل الجامعة أو المصانع أو الفنادق أو معسكرات الجيش التي تذيع برامج خفيفة أو أغاني يفضلها العمال لترفع وتشجع كفاءة العاملين أو أجهزة للاتصال بين العاملين لتساعدهم على الاتصال فيما بينهم أو أجهزة تلفزيونية لعرض الأفلام.

6.1.1- برامج الاعلام الخارجي: تتضمن برامج العلاقات العامة برامج للإعلام الخارجي تتناول نشرات أو كتيبات موجهة لجمهور معين فعلى سبيل المثال نجد برنامج الاعلام يستهدف توزيع نشرات دورية منتظمة عن أنشطة المنظمة.³

¹ عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: المرجع سبق ذكره، ص 187 - 188.

² المرجع نفسه، ص 188.

³ المرجع نفسه، ص 189.

2.1- أمثلة على برامج العلاقات العامة:

أ- برامج التصدي للشائعات والدعاية الكاذبة

يعرف أن الشائعات والدعاية الكاذبة تسيء بشكل كبير الى سمعة المؤسسة أو تضيق الاتصال، وقد تسبب الأذى وتؤثر على المؤسسة إذا لم تتصدى لها وتعمل على القضاء عليها وفي هذه البرامج المخصصة لهذا الغرض يجب على العلاقات العامة أن تكون سريعة الحركة وأن تكون ملمة بشكل كبير بمضمون الشائعة أو الدعاية الكاذبة وتركز عليها وتقضي عليها لتحديد من آثارها الضارة على المنظمة من خلال برنامج تتكون خطواته من التالي:¹

1- التحديد الدقيق للشائعة أو الدعاية الكاذبة.

2- تحديد مدى انتشارها وقوة تأثيرها.

3- اختبار مدى اقتناع الجمهور بالشائعة.

4- رسم وإعداد البرنامج.

ب- برنامج استقبال الشكاوى والرد عليها

الشكاوى تكشف عن الصعوبات التي تسيء الى العلاقات بين المنشأة والمتعاملين معها وتنقسم إلى:²

- **الشكاوى الخارجية:** ويحررها المتعامل مع المنشأة سواء كان هذا المتعامل أحد العملاء، أو المستهلكين للسلع التي تنتجها المنشأة أو أحد المشترين للمنتجات والبضائع التي تباعها المنشأة أو مستفيد من خدمة تقدمها المنظمة الخدمائية لجمهورها المستفيد سواء بمقابل أو من دون مقابل.
- **الشكاوى الداخلية:** يعمل على تحريرها عامل من عمال المنظمة أو أحد موظفيها وهي متعلقة بالظلم الذي تعرض له صاحبها من قرار صدر ضد مصلحته وعادة ما تحدد المنظمة نظام لاستقبال الشكاوى وخطوات يتبعها المشتكي لاستقاء حقوقه.

ومهما كانت طبيعة البرامج التي تنفذ لتحقيق أهداف الخطة فان هناك برنامج أساسي يكاد يكون القاسم المشترك بين جميع ادارات العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة وهذا البرنامج يهدف الى

¹ عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: المرجع سبق ذكره، ص 190 - 191.

² المرجع نفسه، ص 192 - 193.

التعريف بالمؤسسة:¹ ماضيها، وحاضرها، ومستقبلها. وكثيرا ما ينفذ هذا البرنامج في مطبوع واحد هو دليل المؤسسة، وربما يكون الماضي والحاضر موضوعا في مطبوع، ومشاريع المستقبل موضوعا لمطبوع آخر وقد تتنوع الوسائل إذا ما توفرت الامكانيات اللازمة لذلك.

3.1- العناصر الضرورية التي يتضمنها تنفيذ برنامج العلاقات العامة: ونذكرها فيما يلي:²

- نشأة المؤسسة وتطورها.
- سياستها وأهدافها.
- المبادئ والمثل التي تلتزم وتهتدي بهديها.
- الخدمات التي تؤديها بنجاح.
- النجاح الذي أحرزته في تحقيق أهدافها والعقبات التي تصادفها.
- مشروعاتها في المستقبل والدور الذي ستؤديه هذه المشروعات في خدمة جماهيرها.

2- نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

لا بد من أن تتناسق جميع الأنشطة التي تحتاج لها العلاقات العامة مع ما تم تخطيط له مسبقا للعمل والإدارة الجيدة بطريقة متفهمة للأهداف، وتتطلب من مدير قسم العلاقات العامة ومسؤوليه تعرفة على مهام انجازه هذا وضرورة تعيين شخص متخصص لإدارة هذا القسم المهم من أجل إنجاح أعماله وتحقيق أهداف المؤسسة.

وبالنظر إلى كل ما سبق ذكره جعل من الصعب تحديد موقع معين لهذا القسم دون إلمام وتحليل بل تخضع لاجتهادات الإداريين ونظرتهم لهذا القسم ضمن الواقع ويظهر ذلك جليا من خلال الاختلاف في تحديد موقع قسم العلاقات العامة من مؤسسة إلى أخرى، مما يجعل اختلافا في النظم والإجراءات في العمل وقسم العلاقات العامة المادية والبشرية وطبيعة عمل ونشاط المؤسسة. كما أن نوع وحجم الجمهور المتعامل مع المؤسسة له علاقة مباشرة في تحديد موقع قسم العلاقات العامة فيها. إن كل هذه العوامل أدت إلى اختلاف موقع قسم العلاقات العامة.³

¹ عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: المرجع سبق ذكره، ص 190.

² عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: المرجع سبق ذكره، ص 190.

³ حسن صالح سليمان القضاة، المرجع سبق ذكره، ص 70.

ويلاحظ وجود أهمية لما تلعبه وحدات العلاقات العامة في المؤسسات الصحية ودورا هاما مناسباً في درجة تعاملها مع الجمهور ومعرفة خصوصيته إذ يستوجب الاهتمام بها بشكل متزايد لتقديم الرعاية النفسية والطبية في آن واحد.¹

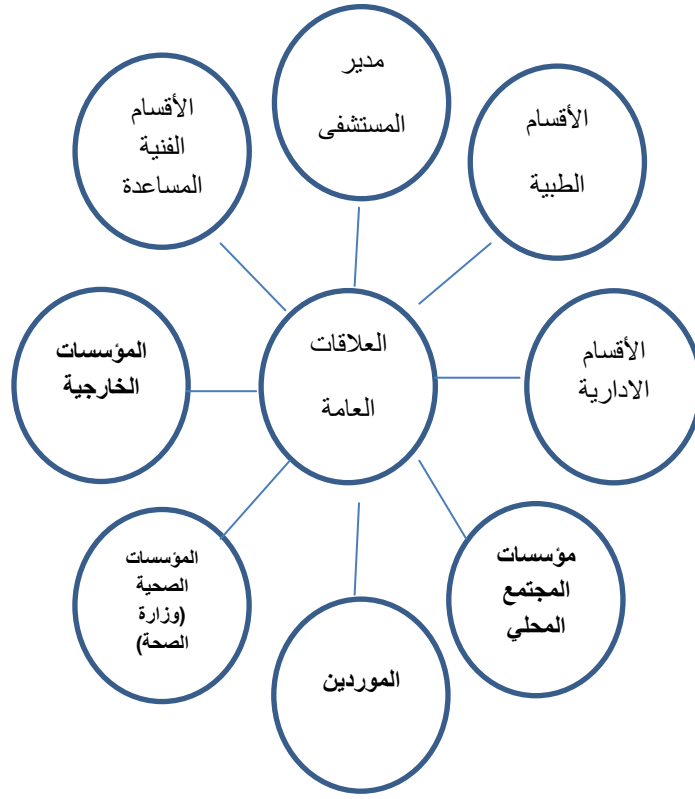
لذلك موقع قسم العلاقات العامة في كثير من المستشفيات و المؤسسات الصحية واضح المعالم و محدد الصلاحيات و المهام و يقوم كذلك على ضوء هذه العلاقة باستقبال المعلومات و التقارير و البيانات التي تهيئ من قبل الأقسام بشكلها الدوري لدراستها و الاستفادة منها. عند التفاعل مع الإدارة و مع الجمهور بصورته الواسعة عن طريق هذه العلاقات المتبادلة و المتشعبة مع كافة الأقسام الموجودة في المؤسسة الصحية من قبل قسم العلاقات العامة. ونرى بوضوح أنها تحقق مناخا جيدا من المعرفة و الدراسة و الفهم و الوعي بالنواحي الإدارية و الأهداف العامة للمستشفى ككل و المؤسسات الصحية وهذا بالتأكيد ما تصبوا إليه كثير من الإدارات الحديثة من أجل معرفة العاملين كل حسب موقعه.²

وطبيعة عمل قسم العلاقات العامة في أي مستشفى يقوم على بذل جهود مستمرة تخلق شعورا اجتماعيا متبادلا للتفاهم بين كافة العاملين في جميع المستويات الإدارية، حيث يحقق ذلك حالة من الاستقرار النفسي ووضوح الواجبات اليومية للعاملين، وتوفير مناخ عادي ومعنوي ملائم لهم داخل العمل، حيث يتم ذلك بواسطة الجهود والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة إلى كافة الأقسام الأخرى. والشكل أدناه يوضح علاقة قسم العلاقات العامة مع الأقسام والشعب الإدارية في جميع المستويات عن طريق الاتصالات المركزية فيما بينهم وبشكل استشاري.³

¹ عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: المرجع سبق ذكره، ص 71.

² المرجع نفسه، نفس الصفحة.

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.



الشكل رقم (ز) يمثل مخطط تمثيلي لشبكة ومركزية الاتصالات¹

¹ (حسن صالح سليمان لقضاء: مرجع سبق ذكره، ص 72.

المبحث الثالث: وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية

أولاً: أنواع وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة

يمكن تقسيم وسائل الاتصال حسب طبيعة الاتصال الى ثلاث أنواع:

- وسائل الاتصال الشخصي: كالهاتف والرسالة الشخصية والاجتماعات الدورية
- وسائل الاتصال الخاصة: وهي تلك الوسائل التي يمكن لرجل العلاقات العامة التحكم فيها منذ البداية، وهي تتكون من: المراسلات، مجلات المؤسسة، الكتيبات، الملصقات، لوحة الاعلانات، الاجتماعات والمؤتمرات، الأفلام السنيمائية والمعارض.
- وسائل الاتصال العامة: وهي تلك الوسائل التي ليس لرجل العلاقات العامة أدنى تحكم فيها، وعليه أن يقبل شروط التي يملئها عليه أصحاب الوسائل الاعلامية المستخدمة وأن يتنافس مع غيره في الحصول على أحسن مكان وأنسب وقت وهي تتكون: الاعلانات المدفوعة، الجرائد، المجلات، الراديو، التلفزيون.

ويمكن تقسيم وسائل الاتصال بطريقة أخرى الى ثلاث أقسام:

- وسائل الاتصال عن طريق الكلمة المكتوبة: الرسائل والمراسلات، مجلات المؤسسة، الكتيبات، لوحة الاعلانات، المرفقات، الاعلانات مدفوعة الأجر، الصحف والجرائد.
- الاتصال عن طريق الكلمة المسموعة: وتتضمن ما يلي: الهاتف، الاجتماعات والمؤتمرات، المذياع أو الراديو.
- الاتصال عن طريق الصورة: وتتضمن: الأفلام السنيمائية، الجرائد، المجلات، التلفزيون، المعارض.¹

1- وسائل الاتصال الداخلي للمنظمة:

تتعدد وسائل الاتصال الداخلية التي تقوم ادارة العلاقات العامة في المنظمة بالإشراف على اعدادها وتنفيذها و من بينها تلك: النشرات الدورية، مجلة المنظمة، النشرات الجدارية، الاذاعة الداخلية، الحفلات، الندوات، المؤتمرات، المعارض، الزيارات.

¹ (عادل حسن: العلاقات العامة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1984، ص 61-62.

1.1-النشرات الخاصة التي تصدرها المنظمة:

وتعد نشرات المؤسسة من وسائل الاتصال التي تعتمد على الكلمة المقروءة وهي وسائل اتصال خاصة حيث تستهدف جماهير معينة، وتتطلب موضوعاتها تغطية مكثفة، فقد تصدر المنظمة صحيفة أو مجلة خاصة بها تتضمن عدد من المواضيع والمعلومات التي تهتم جمهور المنظمة، بهدف خلق تأثير معين في اتجاهات ومواقف وأراء ذلك الجمهور ازاء سياسات المنظمة وانجازاتها وخططها، وقد تصدر المنظمة نشرات خاصة توزعها على جمهور من جماهيرها : جمهور العملاء، جمهور المستهلكين للسلعة أو المنتفعين بالخدمة، جمهور العاملين بالمنظمة، جمهور المتخصصين من رجال الصناعة و التجارة، جمهور رجال المجتمع أو قادة الرأي. ومن خلال ما سبق يتضح أن المنظمة قد تصدر مطبوعات داخلية خاصة للعاملين فيها ومطبوعات خارجية توجه الى الجمهور العام أو شريحة منه لتوثيق العلاقات معها¹ويمكن ذكر العديد من النشرات: الرسائل والنشرات الاخبارية والكراسات والكتيبات، وتقارير الاجتماعات والتقارير السنوية.

2.1- الكتيبات: تعد وسيلة اتصال خاصة مقروءة في مجال العلاقات العامة، وتجعل الجمهور المرسل اليه محيط بأفكار ومعلومات عن المنظمة وسياساتها وانجازاتها بهدف كسب ثقتهم وتأييدهم ويضم الكتيب بيانات تهتم جمهور المؤسسة. وهناك العديد من أنواع الكتيبات فمنها ما هو موجه الى عمال المنظمة ومستخدميها ومنها ما هو موجه لزوار المنظمة توضح لهم أهداف المنظمة وسياستها الى غير ذلك من الكتيبات. وهي تساهم في نشر الرسال الاعلامية على عدد كبير من الأفراد في وقت قصير كما أن الشخص الذي يحوز على الكتيب له الوقت لقراءته واستيعاب المعلومات والأفكار الواردة فيه مما يجعل هذه الوسيلة ذات طابع شخصي.²

3.1-المراسلات: تمثل المراسلات لكونها وسيلة اتصال خاصة مقروءة، والهدف منها احاطة جماهير المنظمة المرسل إليهم بمعلومات وبيانات عن المنظمة في شكل خطابات أو رسائل، أو رسائل شخصية الى الأفراد على عناوين منازلهم، لما لذلك من أثر ايجابي في استمرارية العلاقات الطيبة بين المؤسسة وجماهيرها. اذ من الضروري الاهتمام بالشروط الشكلية والموضوعية للمراسلات والأكيد مراعاة الظروف

¹ عبد الناصر أحمد جردات و لبنان هاتف الشامي: أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط ع، دار اليازوتي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2009، ص 121 - 122

² نفس المرجع، ص126-127.

الثقافية والاجتماعية للأشخاص الموجهة إليهم وأن تتقل لهم شعورا طيبا وهذا يقتضي صدق الرسالة والإيحاء للفرد بأنها موجهة إليه شخصيا.¹

4.1- الاتصال الهاتفي: ويعد نوع من الاتصال الشخصي المباشر في مجال العلاقات العامة، وتتجلى أهميته في أن الكلمة المسموعة والمباشرة من الشخص يكون لها تأثير قوي على الشخص الآخر الذي يتم التحدث معه، مقارنة مع الكلمة المكتوبة الصادرة عن نفس الشخص و يمكن من خلال المكالمات الهاتفية للمتحدثين تبادل الرأي والمناقشة وإزالة الخلافات بسرعة، كما أن تكلفة استخدام هذه الوسيلة بسيطة.²

5.1- الاجتماعات الدورية: انها وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي والمباشر كاجتماعات بين رئيس الجامعة وأعضاء هيئة التدريس أو بين المدير العام ومديري الأقسام في دائرته لغرض بحث مواضيع معينة أو اجتماعات بين رجال الادارة والعاملين أو بين ممثلي المنظمة وممثلي المستهلكين أو الموردين أو المستثمرين أو غيرهم. وهي تتيح الفرصة للتعرف على مطالب واحتياجات الجمهور الخاص وإمداده بكافة المعلومات والحقائق التي تنقصه، وإتاحة الفرصة له لكي يعبر عن رأيه ووجهات نظره بشأن سياسات وبرامج وانجازات المنظمة بما يتيح الفرصة لتعديلها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام للجمهور، وكذلك توفير مناخ للاستجابة الشخصية الفورية.³

6.1- الدعوات العامة والزيارات الاعلامية: ان الدعوة العامة أو المفتوحة يمكن أن تخدم أغراض كثيرة باعتبارها أداة هامة للعلاقات مع المجتمع حيث من خلالها يتم اعلام العملاء والموردين والمستهلكين ورجال الصحافة كيف تعمل المنظمة على طبيعتها، وهو أمر أكيد يكفل اندماجهم مع المنظمة ومعايشتهم لواقعها وارتباطهم بها وشعورهم بالانتماء اليها. وقد يكون الهدف من الدعوة العامة أو استضافة عدد من رجال الاعلام للقيام بزيارة صحفية وإعلامية للمنظمة، هو اعلام الجماهير ووسائل الاعلام المختلفة بطريقة علمية بافتتاح مصنع جديد، أو خط انتاجي جديد أو تطوير الخدمات التي تقدمها المنظمة وبصفة عامة ان الدعوة العامة أو المفتوحة يجب أن يكون لها قيمة اخبارية تسهم في تحسين سمعة المنظمة وتحسين صورتها لدى جماهيرها.⁴

¹ عبد الناصر أحمد جرادات و لبنان هاتف الشامي: المرجع سبق ذكره، ص 127

² نفس المرجع، ص 128.

³ نفس المرجع، ص 128-129.

⁴ عبد الناصر أحمد جرادات و لبنان هاتف الشامي: المرجع سبق ذكره، ص 129-130.

7.1-المؤتمر الصحفي: وهو اجتماع للصحفيين ورجال الاعلام الذين يحضرون الى المنظمة لتلقي معلومات يناقشونها، وهنا يجب على ادارة المنظمة وإدارة العلاقات العامة أن تكون مستعدة¹، تتوفر على الحقائق والمعلومات عن المنظمة وعن الحدث الذي ينعقد المؤتمر الصحفي بشأنه، ويجب أن يعقد المؤتمر الصحفي في المكان المناسب ومجهز جيدا بالمقاعد، ووسائل الايضاح ومكبرات الصوت والإضاءة الكافية، والتسهيلات اللازمة لتشغيل معدات التصوير التي يحملها معهم مراسلو التلفزيون، وهنا يكون كرم الضيافة عند أقل حد ممكن. وفي العادة يكون عقد المؤتمر الصحفي لأغراض عديدة منها تغطية أحداث معينة كافتتاح فرع جديد أو خط انتاجي جديد أو ادخال تجهيزات فنية متطورة أو تكريم متفوقين متميزين كذلك يكون مؤتمر صحفي في حالة اعلام رجال الاعلام بموضوع مهم.²

8.1-المعارض:

وهي وسيلة هامة من وسائل الاعلام سواء المعارض الصناعية أوالتجارية أو الزراعية أو الصحية وغيرها، حيث تعرض نماذج لأعمال وخدمات المنظمة مدعمة بخرائط ورسوم بيانية وأفلام وغيرها كما تعرض نماذج من منتجات المنظمة، وكذلك عرض لكيفية تصنيع المنتجات أو تقديم الخدمات، ويحتاج ذلك الى قدر عال من التصور، والابداع واستخدام وسائل الايضاح وذلك بهدف بناء سمعة طيبة للمنظمة. وقد تكون معارض دائمة أو مؤقتة، وقد تكون ثابتة في مكان معين أو متنقلة من مكان لآخر. كما يمكن أن تكون المعارض محلية أو دولية وقد تسعى المنظمة الى اقامة معرض خاص بها. وهنا لا بد الاهتمام بتنظيم المعرض من خلال تهيئة مختصين ليتولوا تنظيمه واستقبال الزوار وارشادهم والاجابة عن استفساراتهم، كما يفضل توزيع كتيبات أو نشرات تضم معلومات مفيدة على الزوار مما يجعلهم يشعرون بانطباع جيد عن المؤسسة ويكون لديهم كتيب يقرؤونه في وقت فراغهم.³

9.1-الاذاعة الداخلية والدوائر التلفزيونية المغلقة:

⁽¹⁾ أنظر كتاب ل صلاح عبد الحميد: تغطية وتحرير المؤتمر الصحفي، ط1، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص 46.

⁽²⁾ عبد الناصر أحمد جرادات و لبنان هانف الشامي: المرجع سبق ذكره، ص 130

⁽³⁾ نفس المرجع، ص 132

وهاتان من وسائل الاتصال الداخلي، حيث تستخدم لأغراض عديدة منها اذاعة برنامج الموظفين¹ إذ يتم اعلام الموظفين ببرامج الجديدة للخدمات أو الميزات الاضافية التي أدخلتها المنظمة، أو اخطارهم بنشرات أو بلاغات تهمهم أو اعلامهم بأخبار عن المنظمة بصفة عامة كما يمكن اعداد مواد المعدة مسبقا للبث التلفزيوني في شكل أشرطة أو فيديو أو أفلام وقد يكون البث اذاعي أو تلفزيوني حي.

10.1- الأحاديث والخطب العامة

و تعد الكلمة المنطوقة أو الشفوية أكثر أشكال الاتصال قوة وفاعلية، ولهذا فالحديث أو الخطبة العامة من الأدوات الرئيسية لممارسة العلاقات العامة، والأحاديث والخطب العامة وسيلة اتصال مباشرة مسموعة كأن يقوم أحد مسؤولي المنظمة بالتحدث أو تقديم خطاب أمام العاملين في المنظمة أو أمام المستهلكين أو المساهمين، وفي الحديث يوضح المتحدث سياسة المنظمة و أهدافها وبرامجها وانجازاتها ويحاول أن يلقي تأييدا ومؤازرة من الجمهور الذي يخاطبه وقد يكون الهدف من الحديث أو الخطبة محاولة نفي اشاعة مغرضة أو ازالة فكرة سيئة عن موقف المؤسسة أو انجازاتها.²

2- وسائل الاتصال الخارجي للمنظمة

يمكن تصنيف وسائل الاتصال الى ثلاث أقسام:

1.2- وسائل الاتصال المكتوبة: هي التي تتم عن طريق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل الى المرسل اليه، وهذا مطلوب كثيرا في المؤسسات الكبيرة الحجم والمعقدة التنظيم ولنجاحها يجب أن تتسم بالبساطة والوضوح والدقة³ ويتم الاتصال الكتابي عن طريق:

- **التقارير:** هي من الوسائل التي يرفعها العاملين للمدير وتعتبر وسيلة اتصال صاعد.
- **المراسلات:** وهي عادة ما تستعمل لإعلام العملاء بالذات عن معلومات خاصة بالمؤسسة لتقديم خدمة جديدة أو اجراء تخفيضات على السلع أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة ومواعيدها.⁴

¹ عبد الناصر أحمد جرادات و لبنان هاتف الشامي: المرجع سبق ذكره، ص133. نقلا عن J.M. Goldstein. PUBting EMPLOYEES IN THE picture. Public Relations Journal C March, 1983. pp.26-27

² المرجع نفسه، ص 134 - 135.

³ رضوان بلخيري: مدخل الى الاتصال المؤسسي، ط1، دار قرطبة للنشر والتوزيع، باب الزوار، الجزائر، 2015، ص 128. نقلا عن ابراهيم عبد العزيز شيجا، القدرة العامة، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية، 1983، ص ص 398 - 399.

⁴ رضوان بلخيري: مدخل الى الاتصال المؤسسي، المرجع سبق ذكره، نفس الصفحة، ص 129 نقلا عن حماد ابراهيم: تطبيقات الادارة الرياضية، مطابع أمون، القاهرة، ص، 97.

• **الصحافة:** أثبتت العديد من الدراسات أن وسائل الاعلام المطبوعة تتفوق على الوسائل الأخرى بالنسبة لجمهور القارئ وذلك لما تتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة والموضوعات الطويلة، التي تساعد على توضيح الأمور للقراء وتهيء لهم فرصة الدراسة والقراءة المتتالية بالإضافة الى امكانية قراءتها في الوقت والمكان المناسبين للمرسل اليه.¹

2.2- وسائل الاتصال الشفهية: وهي الوسائل التي تستخدم اللغة المنطوقة أو شفوية لتوصيل الرسالة الى المستقبل وكثيرا ما يكون ذلك وجها لوجه وسمي ذلك بالاتصال اللفظي وتشمل الوسائل التالية:

- المناقشات- المحاضرات - الاجتماعات- المقابلات- المعارض- المؤتمرات.

3.2- وسائل الاتصال السمعية البصرية:

• التلفزيون

• الاذاعة

4.2- وسائل الاتصال التكنولوجي:

أ- الفاكس

ب- الهاتف

ت- الانترنت

ث- الاكسترانت.²

كما أنه عند قيام المؤسسة بنشاط العلاقات العامة تجد نفسها أمام عدد كبير من وسائل الاتصال المتنوعة التي يمكن أن تستخدمها لهذا الغرض منها أدوات خاصة بالمؤسسة يمكن السيطرة عليها بالكامل من حيث الشكل والمحتويات والتوزيع منها: الملصقات، نشرة المؤسسة، الاجتماعات، الرسائل، المنح، الهدايا، الزيارات، الأفلام، المعارض، المهرجانات وغيرها من الوسائل التي يمكن السيطرة عليها. كما أن ادارة العلاقات العامة تستفيد من أدوات أخرى موجودة ضمن كيان المؤسسة لأغراض اعلامية كالتأثير على الآراء ونشر السمعة الطيبة للمؤسسة بين جماهيرها منها: الهاتف. أما بالنسبة لوسائل الاعلام العامة

¹ المرجع نفسه، ص 129 نقلا عن محمد سعيد عبد الفتاح، فريد محمد الصحن، ادارة العامة، المبادئ والتطبيق ظن الدار الجامعية، بيروت، 1991، ص 420.

² نفس المرجع، ص 132-133.

أو الجماهيرية كالصحف والاذاعة والتلفزيون فالمؤسسة تتنافس مع غيرها من المؤسسات في المجتمع للحصول على حيز للنشر أو البث لتصل من خلالها الى جماهيرها المتنوعة بمختلف فئاتها.¹

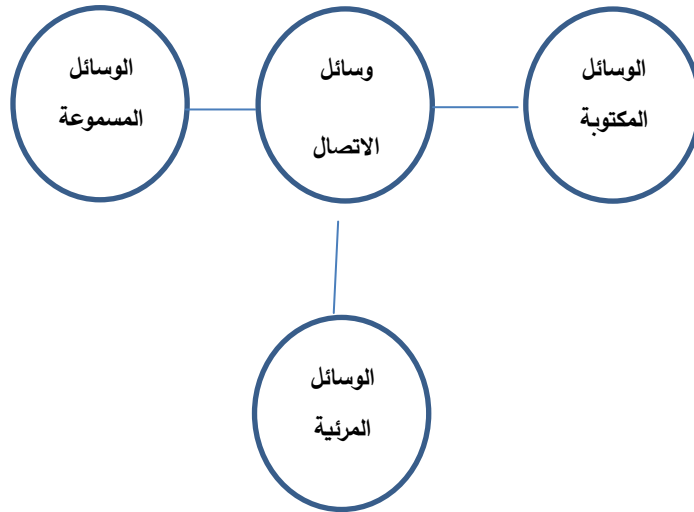
وقام الباحثون أيضا بتصنيف وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة ومنهم (Willon et al 2009) الى:

1-الوسائل مكتوبة (Writtentactics)

2-الوسائل محكية ومسموعة (Sookentactics)

3-الوسائل مرئية (Visuel tactucs)

ويبين الشكل (س) وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة



وستتطرق لهذه الوسائل بشيء من التفصيل.

1- الوسائل المكتوبة: وهي من أقدم وأشهر الوسائل التي تعتمد عليها المنظمة في نشر أخبارها والترويج لمنتجاتها

وخدماتها ولبلوغ أهدافها ويقصد بها كل ما تطبعه من وثائق رسمية أو نشرة أو دفاتر ومطبوعات التي تعرف بها

وهي تتضمن وسائل المكتوبة التالية:²

¹ حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص 204.

² عبد البارى ابراهيم درة و نبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص 324-328

1.1- البيانات الصحفية: وهي وثيقة اعلامية معدة للنشر أو للإذاعة تتضمن معلومات تهم الجمهور في وقت من الأوقات، لا يدفع مقابل نشرها أو اذاعتها أي مقابل مادي وبذلك فان التحكم في نشرها أو اذاعتها لا يكون تحت سيطرة مرسلها سواء أكان شخصا أو منظمة، كما لا يمكن التحكم بموقع أو مكان النشر أو وقت الاذاعة. وينبغي أن تكون محتويات البيانات دقيقة وصادقة وصحيحة وأن تكون عبارة عن حقائق تكتب بشكل مختصر مما يهم الجمهور أو شريحة واسعة منه.

2.1- الملف الصحفي: يعد من الوسائل المكتوبة التي تستخدم في العلاقات العامة ويحتوي على وثائق مكتوبة حول المناسبة أو الحدث الذي دعي اليه الصحفيون اضافة الى البيان الصحفي منفصل ومختصر حول الحدث والصور ومطوية حول الحدث أو المناسبة ويوزع عادة على المهتمين بالمنظمة من الصحفيين والباحثين والمحليلين.

3.1- النشرات الاعلامية: هي وسيلة أخرى من الوسائل المطبوعة التي تستخدمها العلاقات العامة وهي نشرية لا يتجاوز عدد صفحاتها أربع صفحات موجه الى جمهور معين من جماهير المنظمة وعادة ما توجه الى الجمهور الأساسي للمنظمة أو جمهورها الداخلي. وتهدف بشكل رئيسي الى اعلام موظفي المنظمة والعاملين فيها بكل الأمور التي تهم منظماتهم بشكل دائم ومستمر وبالنسب للجمهور الخارجي فان المنشورات الاعلامية تهدف الى اعلام الأفراد المهتمين بمسيرة المنظمة بمعلومات حول سياساتها الجديدة أو مستجدات القطاع الذي تنتمي له والبرامج الجديدة والخدمات التي تقدمها.

4.1- بالنسبة لمجلة المنظمة الدورية فإنها مطبوعة معدة بشكل جذاب يقوم على اصدارها جهاز العلاقات العامة في المنظمات وتوزع مجانا على جمهور مختار بعناية.

5.1- الأدلة و البروشات (المطويات): وسيلة تستخدمها العلاقات العامة هي عبارة عن مطبوعات توزع مجانا وتهدف المنظمة من خلالها الى اعطاء معلومات سريعة ومختصرة حول المنظمة من

حيث سياستها وأهدافها ومجالات عملها واختصاصاتها وتطلعاتها المستقبلية بشكل موجز ومريح بالنسبة للقارئ.

6.1- التقارير السنوية: فهي مطبوعة تعد من أدوات العلاقات العامة تهدف الى اعلام جمهور

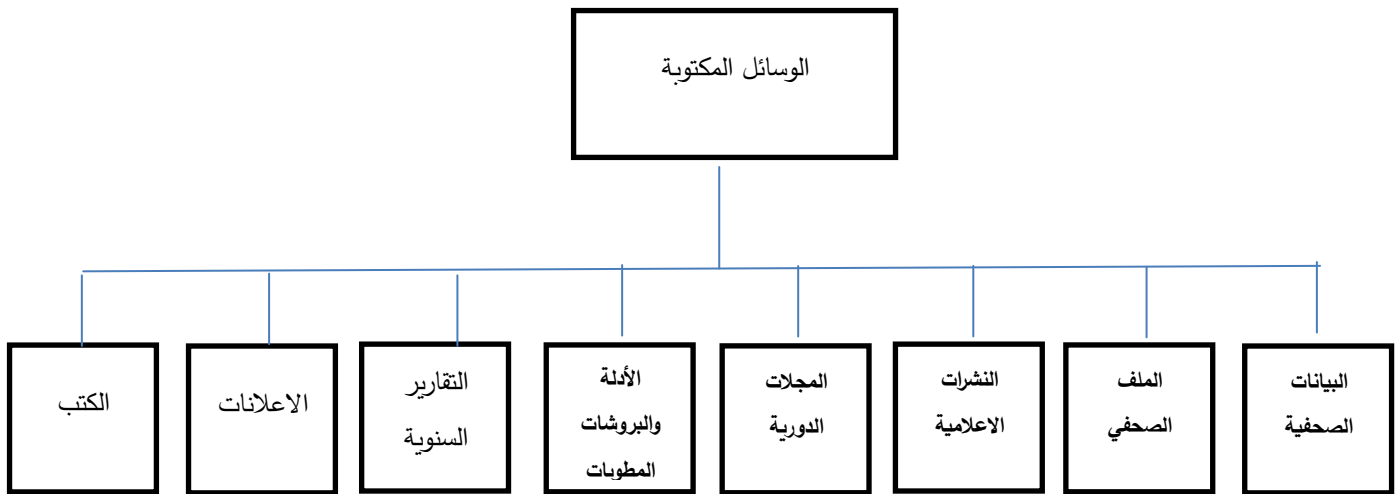
المؤسسة الأساسي والجمهور المهتم بمسيرتها عن الانجازات التي حققتها خلال عام.

7.1- الاعلانات: تعد أداة هي الأخرى من أدوات العلاقات العامة وتمثل مساحات محددة في

الصحف أو فترة زمنية في الاذاعة والتلفزيون مدفوعة الثمن وينشر أو يذاع فيها رسالة تسويقية لمنتج أو خدمة ما للمنظمة.

8.1- الكتب: وهي وسيلة يمكن استخدامها في العلاقات العامة لترويج الأفكار حول مؤسسة ما أو

قطاع ما. ويمثل الشكل رقم (ش) الوسائل الاتصالية المكتوبة التي تستخدمها العلاقات العامة¹



وتذكر الدكتورة أمال عميرات في كتابها مهارات الاتصال في العلاقات العامة أن من أهم الوسائل

التبليغية التنظيمية في المنظمة أو الشركة التي تنتم بالطابع الرسمي والتدقيق في تحديد المرسل اليه

أهمها:²

¹ عبد الباري ابراهيم درة و نبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص 325.

² أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، ص 49-50.

- 9.1- التقارير المكتوبة: وتتعلق بموضوع معين كملخص اجتماع لإعطاء بعض القرارات أو تقرير لمشاريع في طور التنفيذ أو متوقعة أو تقرير يخص طرح مشكلة أو متعلقة باقتراح حلول لمشكلة.
- 10.1- المذكرات: وهي نصائح وتوجيهات وتعليمات ومعلومات ترسل من الإدارة إلى الفئة المستهدفة من ضمن الجمهور الداخلي، وهي وسيلة اتصال عملياتي. تستخدم من أجل السير العادي للمنظمة وهي تتميز بالسرعة في تحريرها وإرسالها.
- 11.1- مجلة المنظمة الداخلية: تصدرها المؤسسة خصيصا لجمهورها الداخلي تتضمن مواضيع تهمهم وتلبي رغباتهم.
- 12.1- لوحة الإعلانات
- 13.1- صندوق الاقتراحات
- 14.1- جريدة المنظمة
- 15.1- الصحافة المكتوبة: اذ تلعب الصحف دورا هاما في تكوين الرأي العام و لقب الصحافة البعض بالسلطة الرابعة أي أنها تأتي بعد السلطات الثلاث التشريعية والقضائية والتنفيذية وهو دلالة على أهميتها في حياة الناس وعلى قدرتها على التأثير في الرأي العام وتعتبر الأكثر انتشارا في العالم من بين وسائل الاتصال الجماهيرية. وتلجأ ويضيف الدكتور رؤوف حسين الزبيدي في كتابه مبادئ العلاقات العامة وسيلة الملصقات إضافة لوسائل الاتصال مكتوبة سابقة الذكر¹

2- الوسائل المسموعة:

تتضمن الوسائل المسموعة التي تستخدمها العلاقات العامة الوسائل التالية:

- ❖ الإذاعة: تعتبر الإذاعة متعددة الوسائل المسموعة والمحكية التي يستخدمها أخصائيو العلاقات العامة في الترويج لمؤسساتهم إذ يمكن استغلالها لتزويد الجمهور بالأخبار حول نشاطات وبرامج

¹ أنظر لكتاب مبادئ العلاقات العامة لرؤوف حسين الزبيدي: مبادئ العلاقات العامة، الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2014، ص 91- 92.

مؤسستهم، كما يمكن استغلال برامج متعددة و متنوعة لخدمة أهداف العلاقات العامة التي ينشدها سواء بالإعلان عن نشاطات مستقبلية أو العمل على استضافة مسؤوليها في حصص إذاعية كبرامج الحوارات التي تقدم في الإذاعة. ويمكن تزويدها بتقارير إخبارية ويمكن تقديم الردود حول ما يبث من قضايا ومواضيع تهم المنظمة وكذا استغلال المناسبات العامة في الحديث عن المنظمة وإنجازاتها ونشاطاتها المتنوعة من خلال المقابلات التي تجريها الإذاعة من حين إلى آخر مع أحد مسؤولي المؤسسة.

❖ **المقابلات والمناقشات الشخصية:** تعد من الوسائل الفعالة التي تستخدم في العلاقات العامة خاصة في مجال التعامل بين أخصائيي العلاقات العامة ورجال الصحافة أو أعضاء مجالس أو المسؤولين تتيح هذه المقابلات الفرصة أمام أخصائيي العلاقات العامة بأن يقدموا شرحا موسعا حول وجهة نظر التي يمتلكونها حيال الموضوع مدار النقاش.

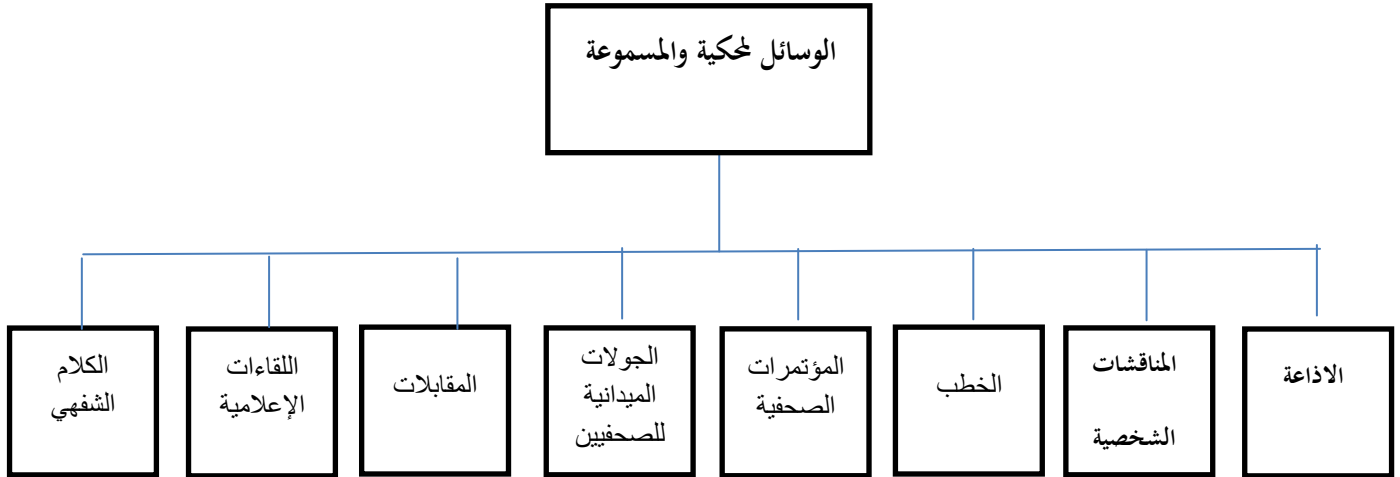
❖ **الخطب:** وتعد في أغلب الأحيان من قبل أخصائيي العلاقات العامة ليتم القائها من قبل المسؤول الأول عن المؤسسة خلال المناسبات.

❖ **المؤتمرات الصحفية:** من الوسائل والأدوات التي تستخدمها العلاقات العامة في أداء مهامها تمثل المؤتمرات الصحفية وسيلة اتصالية في اتجاهين يقوم بالتحضير لها أخصائيو العلاقات العامة وتهدف إلى تزويد الصحافة ووسائل الإعلام بمعلومات جديدة تنشر أو تذاع لأول مرة وتتناول مستجدات حول موضوع متعلق بالمؤسسة مثير لاهتمام جماهيرها.

❖ **حفل استقبال الصحفيين أو حفل غداء** تنظمه العلاقات العامة في المؤسسة على شرف الصحفيين لتبادل الأحاديث وتعبيرا من المنظمة على شكرها وتقديرها للدور الذي يقوم به الصحفيين.

- ❖ **الجولات الميدانية للصحفيين:** وهي تنظم من قبل العلاقات العامة للصحفيين لاطلاعهم على مرافق الشركة أو المؤسسة ولابد أن يكون للجولة برنامج بداية محدد بدقة يوزع على المعنيين في مرافق المؤسسة بشكل مسبق.
- ❖ **المقابلات:** وتستخدمها العلاقات العامة في أداء مهامها وهي اما أن تكون مقابلات صحفية خاصة بالصحف أو المجلات أو مقابلات تلفزيونية أو اذاعية أو عن بعد عبر شبكة الانترنت.
- ❖ **اللقاءات الإرشادية:** فرصة لتنفيذ برامج للعلاقات العامة الخاصة لاستقبال الموظفين الجدد في المنظمة أو لتقديم شرح عن المنظمة للوفود الزائرة.
- ❖ **الكلام الشفهي:** وهي وسيلة من وسائل العلاقات العامة تستخدمها في اللقاءات غير الرسمية مع جماهير المنظمة ويمكن من خلالها التعرف على الرأي العام لدى هذه الجماهير اتجاه المنظمة وبرامجها والتعرف على ما تتناقله الألسن حول موضوعات معينة.¹

الشكل رقم (ص) الوسائل الاتصالية السمعية التي تستخدمها العلاقات العامة²



وتذكر الدكتورة عميرات أمال في مؤلفها مهارات الاتصال في العلاقات العامة أن الوسائل الاتصالية تعتبر من أسرع وسائل الاتصال وأكثرها استعمالاً، تمكن المستقبل من الاستجابة مباشرة، وطلب

¹ عبد البارى ابراهيم درة و نبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص 328-332. نقلا عن Miller, 1991

² المرجع نفسه، ص 329.

توضيحات أو تفسيرات عما هو غامض في الرسائل التي يتلقاها، لكن فقدت هذه الوسيلة قيمتها مع مرور الوقت خاصة بعد ظهور الورق ثم الوسائل الالكترونية وأضافت لما سبق بعض الوسائل الشفهية التي ماتزال متداولة في العصر الرقمي وهي:¹الهاتف، الزيارات، الأبواب المفتوحة على المؤسسة، اللجنة، الدعوة ، سياسة الباب المفتوح للإصغاء، الزيارات، الحفلات، الاجتماعات:²

وأشار كذلك الدكتور نزار عوني اللبدي في كتابه ادارة العلاقات العامة وتنميتها (2015) الى الوسائل الشفهية التي تستخدمها العلاقات العامة وهي:³

- **الإذاعة:** يمكن لرجل العلاقات العامة الاستعانة بهذه الوسيلة للاتصال بالمواطنين عن طريق اذاعة الأخبار وبث المعلومات والبرامج الخاصة والندوات الإذاعية.
- **الهاتف: (التلفون):** اذ أصبحت هذه الوسيلة ضرورة هامة في اتمام الايضاحات ولا يمكن لأي منشأة أو مؤسسة صناعية أو تجارية أو خدماتية أو حكومية أن تعمل بدونها.
- **التسجيلات:** حيث يمكن إعداد برامج العلاقات العامة باستعمال التسجيلات السابقة عند تنظيم المناسبات الخاصة أو التي تتضمن مواقف هامة من المطلوب اعادتها حتى تعطي التأثير المرغوب لدى المستمع.
- **مكبرات الصوت:** وتظهر جليا أهمية مكبرات الصوت في أثناء اقامة ادارة العلاقات العامة لحفلات، فعندما يكون عدد المدعوون كبير ليس من السهل على مرسل رسالة العلاقات العامة الاتصال بكل فرد من المدعوون. فعن طريق مكبر الصوت يمكن ابلاغ الرسالة الاتصالية ووصولها للجميع.

3- الوسائل المرئية

تتضمن الوسائل المرئية التي تستخدمها العلاقات العامة⁴ ما يلي:

¹ (أمال عميرات: المرجع سبق ذكره، ص 50.

² (أنظر كتاب مبادئ العلاقات العامة لرؤوف حسين الزبيدي، ص 99.

³ (نزار عوني اللبدي: ادارة العلاقات العامة وتنميتها، دار دحلة ناشرون وموزعون، عمان، 2015، ص 205.

⁴ (عبد الباري ابراهيم درة و نبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص ص 332-336.

❖ **التلفزيون:** يعتبر من الوسائل المرئية الحيوية التي تعتمد عليه العلاقات العامة في أداء مهامها اذ على أخصائي العلاقات العامة أن يكون على وعي تام بأهمية التلفزيون للجمهور المتلقي للرسائل الموجهة اليه، اذ لابد و أن تكون الرسالة قصيرة وواضحة وتشمل على صور معبرة عن الفكرة المراد ايصالها بشكل لا يقبل التأويل أو التشبيه ويمكن لمختصي العلاقات العتمة من الاستفادة من التلفزيون في اصال رسائلهم والاتصال بالجمهور من خلال استغلال البرامج الاخبارية واستضافة الضيوف أو البرامج الحوارية المفتوحة أو امكانية استضافة فريق التلفزيون للتصوير في المؤسسة أو رعاية احدى البرامج عن طريق تقديم مبلغ مالي محدد وتقديم الدعم اللوجيستي لفريق التلفزيون لتصوير مشاهد تخدم المنظمة بشكل أو بآخر وتزويد معدي البرامج بمعلومات عن المنظمة يمكن الاشارة اليها عند تقديم البرامج على الهواء مباشرة.

❖ **الفيديو:** بالنسبة لهذه الوسيلة هي ذات كلفة رخيصة نسبيا يمكن استخدامها من قبل مختص العلاقات العامة في تناول موضوع محدد، يخدم منظمتهم ويقومون بتصوير هذا الموضوع واخرجه على شكل فيلم فيديو قصير، ومن ثم نسخ الأعداد اللازمة عن الأشرطة وتوزيعها على أفراد الجمهور المستهدف من الرسالة التي يتضمنها الفيلم، وان اعداد فيلم فيديو حول موضوع ما لا يستغرق وقتا كبيرا بعد أن يتم اعدادها لسيناريو اللازم ووضع المعلومات والرسائل الاتصالية المرغوب ايصالها الى الجمهور، اضافة الى امكانية أن يوزع الفيلم الى المحطات التلفزيونية لبثه اذا كانت نوعية التصوير من مستوى عال يتناسب ومتطلبات البث التلفزيوني.

❖ **الدائرة التلفزيونية المغلقة:** وتمثل وسيلة من وسائل التي يمكن أن تستخدم من قبل أخصائي العلاقات العتمة، وتدعى هذه الوسيلة دائرة تلفزيون المؤسسة الداخلي اذ يمكن اعداد أخبار تلفزيونية مصورة حول أخبار نشاطات المؤسسة خاصة الكبيرة منها بحيث يبقى أفراد الجمهور الداخلي للمؤسسة العاملين والموظفين على اطلاع على ما يجري في الفروع الأخرى للمنشأة أو

في الأقسام الأخرى ، ويمكن اعداد برامج تلفزيونية متنوعة خاصة بالمنظمة وبثها عبر الدائرة التلفزيونية المغلقة للمنشأة، ويمكن أن تستغل أوقات الاستراحات للموظفين لبثها أو يمكن نسخها على أشرطة فيديو والاستفادة من بثها في المؤسسات الاجتماعية والثقافية الواقعة في محيط المؤسسة

كما يمكن الإشارة الى أن استخدام الشاشات في القطاع الصحي في الجزائر يكون عادة اما للتوعية الصحية أو لعرض برنامج صحي أو لإعلام المرتفقين بالمؤسسات الصحية بأدوارهم لتلقي الخدمة الصحية والعلاج في إطار رقمنة القطاع الصحي ويتم الإشارة الى تصنيف نوع الخدمة الصحية الى مستعجلة وغير مستعجلة يمكن الانتظار بالألوان الأحمر والبرتقالي والأخضر.

❖ **أفلام الصور المتحركة:** يمكن لأخصائي العلاقات العامة أن يستخدموها لأداء مهمتهم عن طريق تقديم الرعاية لفيلم أو فلمين من الصور المتحركة من سوق مفتوح عبر العالم الأمر الذي سينشر اسم المؤسسة ويسهم في تجسيد الصورة الذهنية لها لدى جمهور كبير منتشر عبر القارات في العالم.

❖ **الصور الثابتة:** ويمكن استخدامها كعرض تبرز بعض الصور واللقطات المفيدة حول مشاريع وبرامج المنظمة وتقديم شرح شفوي حولها للجمهور المستهدف.

❖ **الكتب الهزلية ورسوم الكارتون:** طويلة يمكن أن تستخدم في أداء مهمة العلاقات العامة اذ يمكن أن تستغل شخصية هزلية ما للترويج لأحد برامج ونشاطات منشأة ما، ويمكن أن يستعان بمثل هذه الشخصيات لإيصال رسائل اعلامية موجهة الى الجمهور المستهدف بصورة بسيطة ومقنعة لما للشخصيات الهزلية من شعبية لدى شرائح واسعة من الجمهور .

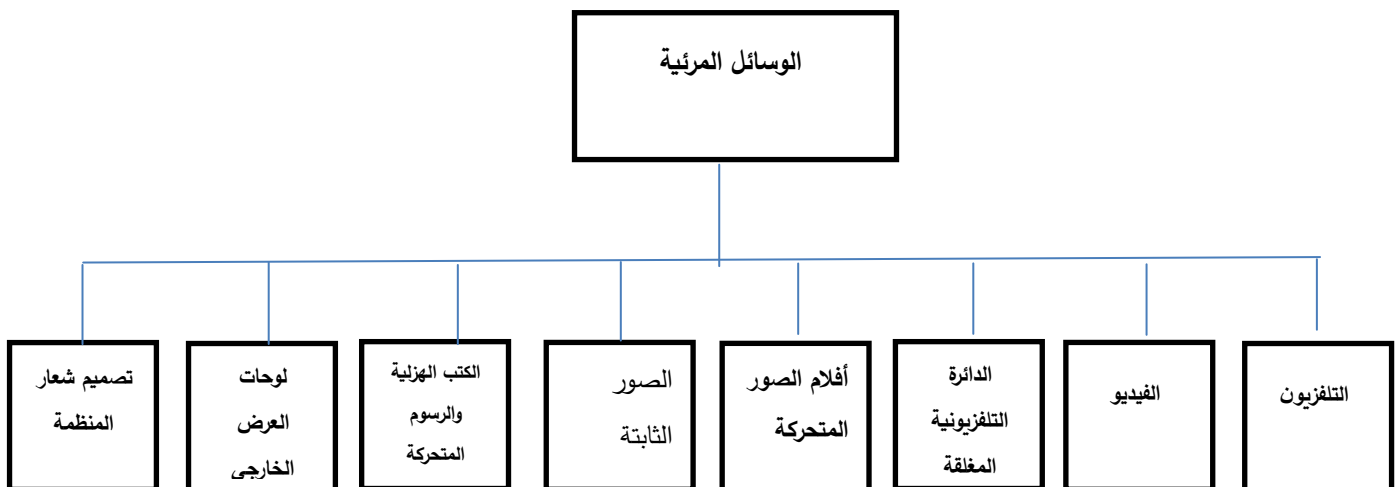
❖ **لوحات الاعلانية الكبيرة** المتوفرة على أسطح وجنابات المباني التجارية سواء الالكترونية منها أو الثابتة فإنها تمثل أحد الوسائل الاعلانية المهمة بالنسبة لأخصائي العلاقات العامة في المؤسسات اذ يمكن استئجارها واستخدامها في الترويج للنشاطات وبرامج المؤسسات، اذ لا بد أن تكون الرسالة قصيرة ومقنعة وبسيطة ولافتة للنظر .

❖ **بالنسبة للإعلام عبر شبكة:** الانترنت فان هناك فرص لأخصائي العلاقات العامة للاستفادة من هذه الوسيلة التي تعتمد على الاتصال بواسطة أجهزة كمبيوتر وتمكنهم هذه الوسيلة من ارسال المعلومات التي تخص مؤسساتهم سواء الصحفيين ووسائل الاعلام الأخرى مع امكانية مناقشتهم حول ما تتضمنه هذه الرسائل من حقائق ومعلومات جديدة، ومدى أهميتها بالنسبة للجمهور .

❖ **وفيما يخص الصفحة الرئيسية لموقع المؤسسة** فانه يمثل فرصة كبيرة لأخصائي العلاقات العامة للاتصال بالجمهور المهتم بمسيرة المؤسسة وأن يتبادل معهم الآراء والاقتراحات وأن يرد على استفساراتهم من خلال موقع المؤسسة على شبكة الانترنت.

❖ تصميم شعار المنظمة

الشكل رقم (ض) الوسائل الاتصالية المرئية التي تستخدمها العلاقات العامة¹



¹ (عبد الباري ابراهيم درة و نبيل خليف المجاني: مرجع سبق ذكره، ص 333.

إضافة الى ادراج الدكتور نزار عوني اللبدي في كتابه ادارة العلاقات العامة وتتميتها بالإضافة الى ما سبق ذكره السينما وتعتبر هذه الوسيلة باهظة التكاليف، ولهذا نجد أن أفلام السينما لا يقدر على استعمالها سوى المنشآت الكبيرة، والتي تستفيد من اعداد هذه الأفلام بفوائد كبيرة تفوق تلك النفقات التي تتحملها في اعداد الفيلم.¹

وهناك من المختصين من يضيف الوسائل الالكترونية.

4- الوسائل الالكترونية:

وهناك من يضيف الى ما سبق من أنواع من الوسائل الاتصالية الوسائل الإلكترونية كوسيلة مستخدمة في العلاقات العامة وتتمثل فيما يلي:²

- ❖ الجريدة الهاتفية
- ❖ الانترنت
- ❖ المحاضرة المرئية
- ❖ البريد الالكتروني
- ❖ أما بالنسبة للجمهور الخارجي فتتعدد وسائل الاتصال به أكثر باعتبار أنه أبرز وأوسع ومن أهمها:

❖ الانترنت: وتعني ربط كل شيء ببعضه بمعنى بأن المئات من الشبكات مربوطة بهذه الشبكة لإتاحة المعلومات عن المؤسسة لجميع الجمهور الداخلي وحتى الخارجي بكل أنواعه وأصنافه لتسهيل سيرورة المعلومات والاتصالات بين المنظمة و جماهيرها ويوجد أيضا:

❖ الانترنت: وهي العمود الفقري لسير العمل داخل المؤسسة، بالإضافة الى المشاركة في الملفات ونقل وتحويل الملفات من قسم الى آخر ومن متعامل الى آخر.

¹ نزار عوني اللبدي: المرجع سبق ذكره، الصفحة نفسها.

² أمال عميرات، المرجع سبق ذكره، ص 51.

❖ **الاكسترنانت:** هي نفسها الانترنت لكنها موجهة لجماهير المنظمة وهي ذلك الخليط الذكي بين الانترنت والانترنت فهي تمثل مشاركة المعلومات بين الانترنت المنظمة وشركائها التجاريين، ويمكن استخدامها لمعرفة المستخدمين المرخص لهم بذلك، أو مع أطراف أخرى مشتركة مع المنظمة لكنها تستخدم نفس التكنولوجيا الانترنت والانترنت والبروتوكولات.¹

❖ **الموقع الالكتروني:** تنشؤه المؤسسة لإعلام الجمهور وبناء علاقات معه يسمح بإنشاء سجل للزبائن حسب مراكز اهتمامهم وطبيعة استهلاكهم من أجل ارضائهم أفرادا وجماعات، بتصميم مخطط واضح ووضع طريقة لاستعمال الموقع بعناوين وفصول حسب سن المستخدمين لطرح تساؤلاتهم وانشغالاتهم.²

❖ **البريد الالكتروني:** اذ يمكن من خلاله ارسال واستقبال أي نوع من الملفات والرسائل المهنية والشخصية من الجمهور الخارجي بكافة أنواعه وكذلك صور، بالاشتراك بالجرائد الالكترونية والمجلات الخاصة بالشركة أو المنظمة والتواصل الجماعي حول مواضيع مختلفة، فهو وسيلة سريعة للاتصال ذو مصداقية واقتصادية تجاوز البريد العادي المكتوب.³

❖ **الصحافة الالكترونية:** وهي كل الاصدارات الالكترونية التي تصدرها المنظمة وتوجهها لجمهورها الخارجي على اختلاف أنواعه وتضم مزيجا من الرسائل الاخبارية والمقالات والمساحات الاشهارية لترويج خدماتها والتواصل مع زبائنهم وجماهيرها العامة.⁴

❖ مواقع التواصل الاجتماعي

¹ (باية بوزرة: آليات التجديد في صناعة العلاقات العامة، دار المجدد للطباعة والنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2021، ص132. نقلا عن ولاء

بيحي مصطفى: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ودورها في العلاقات العامة، دار جوانا للنشر والتوزيع، 2016، ص 188.

² (أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، ص55.

³ (المرجع نفسه، ص 55-56.

⁴ (أمال عميرات: مرجع سبق ذكره، ص 56 نقلا عن بلقاسم بروان: استراتيجية الاتصال الخارجي في المؤسسة، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد

13، جامعة الجزائر، 1998، ص 238.

❖ **المعارض:** وهي وسيلة هامة من وسائل الاتصال بالجمهور، إذ تقوم الشركات بعرض منتجاتها أو نماذج لخدماتها معززة برسومات بيانية وأشكال وإحصائيات ووسائل الإيضاح، وتقوم الشركات والمؤسسات بتخصيص مساحة معينة داخل مكاتبها أو مواقعها لاستخدامها كعرض دائم أو مؤقت لها كما تستخدمه لعرض منتجاتها.¹

❖ التلفزيون سبق ذكره في الوسائل المرئية

❖ الأفلام السنيمائية سبق ذكره في الوسائل المرئية

❖ **الإشهار:** عن خدمات ومنتجات المؤسسة بالتركيز على الإيجابيات والميزة التنافسية لها.

❖ **الرعاية أو الميسينا:**² من أهم تقنيات الاتصال الخارجي والعلاقات العامة ذات بعد انساني واجتماعي وثقافي نبيل بتقديم مساعدات مالية دون مقابل لشخص أو مؤسسة أو خدمة للصالح العام بهدف خلق صورة حسنة عنها فهي ميكانيزم اشهاري يمول كليا أو جزئيا عملية فنية ما أو تلفزيونية باشارك اسم المنتج والعلامة بالحدث لتطوير صورة المؤسسة.

❖ **التمويل أو سبونسورينغ:**³ إسهام الشركة في تمويل حصة إذاعية أو تلفزيونية بهدف الترويج لعلامتها أو اسمها وصورتها ونشاطها الآ الحصص السياسية والإخبارية لا يمكن تمويلها فمهمة السبونسورينغ تحقق الشهرة للمنظمة وهذا ما يجعله قريبا من الإشهار.

❖ **قوة البيع**

❖ **ترقية المبيعات**

❖ **العينات المجانية**

❖ **استغلال المسابقات لعرض الجوائز والهدايا التذكارية.**

¹ رؤوف حسين الزبيدي: مرجع سبق ذكره، ص 97.

² أمال عميرات: المرجع سبق ذكره ص 56.

³ المرجع نفسه، ص 57 نقلا عن Marie Helen West phalien , communicator, Dunod ,Paris, 2009,P20.

وتوصلت دراسة قدمتها منى برهان فريد الخاروف سنة 2021 حول دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية في المستشفيات (دراسة مقارنة بين مستشفيات الخاصة والحكومية لمدينة نابلس) الى عدة توصيات حول الموضوع من بينها ايلاء أهمية أكبر لمواقع الالكترونية للمستشفيات وتطوير استخدامها لمواقعها التواصل الاجتماعي مما يسهم في أداء دور العلاقات العامة وتعزيز الصورة الذهنية لهذه المستشفيات.¹

ثانيا: دور وسائل الاعلام في امداد العمال بالمعلومات

تلعب وسائل الاعلام والاتصال دور هام في امداد الفرد بصفة عامة بالمعلومات والعمال بصفة خاصة وهذا ما أظهرته عديد الدراسات الميدانية من خلال دورها الهام في امداد العمال بالمعلومات ومن بينها دراسة مصرية حول برامج العمال²، اذ أجريت على عينة عشوائية قوامها 500 عامل في 5 مصانع مصرية، أن 95.8 % منهم يشاهدون التلفاز، منهم 90.7 % يشاهدونه بانتظام، ويتابع 54.3 % من المبحوثين البرامج العمالية ويستفيد من متابعتها أكثر من ثلثي أفراد العينة وتزيد نسبة المستفيدين بين عمال الصناعات التعدينية عن عمال الغزل والنسيج و أهم أوجه الاستفادة زيادة معلوماتهم العامة و المهنية.

وهناك دراسة أجراها محمد على الكمي حول انتقال المعلومات في وسط عمالي تونسي³ وتبين أن التلفزيون هو الوسيلة المفضلة عند العمال للاطلاع على المعلومات السياسية والنقابية والمهنية، كما تبين أن 60 % من العمال الذين يعرفون بعض الشخصيات السياسية التونسية والعربية والعالمية هم من قراء الصحف والمجلات.

ثالثا: وسائل وقنوات الاتصال الحديثة التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

إن استخدام القنوات الاتصالية يعد إحدى الأنشطة الأساسية في عمل العلاقات العامة ويشكل الوظيفة الرئيسية من وظائف العلاقات العامة وفق ما يشير إليه نموذج ريس لممارسة العلاقات العامة.⁴

¹ منى برهان فريد الخاروف: دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المستشفيات (دراسة مقارنة بين مستشفيات الخاصة والحكومية لمدينة نابلس) رسالة ماجستير في تخصص العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، الجامعة العربية الأمريكية، كانون الأول، 2021، ص 70.

² عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 188.

³ عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: مرجع سبق ذكره، ص 188.

⁴ محمد صاحب سلطان: مرجع سبق ذكره، ص 147 نقلا عن محمد إبراهيم عايش: مبادئ العلاقات العامة، ص 169.

وتتضمن القنوات الاتصالية عدة تقسيمات مختلفة، فيقسمها "ديون" إلى قنوات داخلية وهي القنوات الموجهة إلى الجمهور الداخلي وتشمل مطبوعات المنظمة والكتب والكتيبات والرسائل الإخبارية والإذاعات الداخلية والدائرة التلفزيونية الداخلية المغلقة والأفلام. والقنوات الخارجية هي الموجهة إلى الجماهير الخارجية وتتضمن الصحف والمجلات، المطبوعات الخارجية للمنظمة والتلفزيون والراديو والمعارض.¹

ويرى "ويلكوكس" وزملاؤه بأنها تنقسم إلى قنوات مطبوعة، وهي الصحف والمجلات والكتب والبريد المباشر وقنوات منطوقة (سمعية) وهي الراديو والتلفزيون والأفلام.

كما أن "نيوسوم" قسمت القنوات إلى قنوات مطبوعة و أخرى الكترونية، داخلية أو خارجية وفق طبيعة الجمهور الموجهة له. فهنا الجمهور هو الذي يحدد القناة وفق لطبيعته وهذه القنوات قد تكون خاضعة أو مسيطر عليها أو غير مسيطر عليها ويعنى بالقنوات غير الخاضعة تلك القنوات التي تصل الرسائل المنقولة من خلالها إلى الجمهور المستهدف من دون تحرير أو تغيير أو تعديل أي بالشكل الذي أرسلتها به إدارة العلاقات العامة، أما القنوات الخاضعة فهي تلك القنوات التي تخضع قبل وصولها إلى الجماهير المستهدفة إلى تغييرات جراء عوامل تتعلق بالسياسة التحريرية للقنوات .

إذا ربطنا بين نوعية الأساليب المهنية التي تقوم عليها العلاقات العامة بطبيعة المجال الذي تعمل من داخله، يتبين أن مضمون العمل في العلاقات العامة لا يزيد عن كونها تخطيطا لعمليات اتصال ناجحة وتنفيذها. ذلك لأن التقييم كأسلوب ثالث من هذه الأساليب المهنية، يقوم على قياس الاتجاهات والآراء سواء قبل التخطيط، ليمهد له أو خلال التنفيذ، وبعده لتحديد أثار ونتائج ما قامت به العلاقات العامة، وبالتالي تكون البرامج المخططة والمنفذة في العلاقات العامة أنشطة اتصالية منظمة ومتكاملة وموقوتة.

وتؤكد الكثير من الدراسات العلمية على أن كل عناصر التخطيط وخطواته في العلاقات العامة، لا تستهدف في أحسن حالاتها إلى إقامة نظام ناجح للاتصال.²

¹ محمد صاحب سلطان: مرجع سبق ذكره، ص 131 نقلا عن-1986, pp: 271 Dunn public relation contemporary approach ,

249.

² علي عوجة وآخرون: مقدمة في وسائل الاتصال، ط1، مكتبة مصباح، جدة، المملكة العربية السعودية، 1989، ص 119.

ويعد نظام الاتصال ناجحا إذا نجح التخطيط في تصميم رسائل مقبولة من الجماعة أو الجماعات المستهدفة والتي تحاول المؤسسة أو المنظمة أن تصل إليها وتؤثر فيها.¹

كما تؤكد هذه الدراسات العالمية على أن تنفيذ البرامج المخططة ليس الا نوعا من اختيار الوسائل الاتصالية الصحيحة واستخدامها بطريقة مهنية، وعند الاختيار أو الاستخدام يراعي دائما تلك الجماعة أو الجماعات التي يحاول كل برنامج منها أن يؤثر فيها.²

وبذلك يكون مضمون العمل في العلاقات العامة كمهنة متخصصة قائم على الاتصال الإقناعي بكل أساليبه ووسائله، وبالتالي تكون ضرورة قيام الممارسين للعلاقات العامة بدراسة كل وسائل الاتصال التقليدية والجماهيرية دراسة علمية وتطبيقية مع اكتساب مهارات علمية في التعامل معها ومع متطلباتها، فهذه الضرورة تمثل إحدى القواعد الأساسية لقيام عمل ناجح للعلاقات العامة.

وهناك العديد من الوسائل الاتصالية التي يستخدمها الممارسون للعلاقات العامة منها وسائل الاتصال الشفهية، ووسائل الاتصال المطبوعة، ووسائل الاتصال المسموعة والمرئية. ولكل من هذه الوسائل طبيعتها واستخداماتها وأهميتها طبقا لتنوع المواقف التي تستخدم فيها، فما يصلح منها لموقف معين قد لا يصلح لموقف آخر وقد يكون استخدام هذه الوسائل الاتصالية فرادى مناسبا في بعض الأحيان وقد يكون التكامل بينها أنسب في أحوال أخرى.³

إن لكل عصر سماته ومميزاته والعصر الذي نعيش فيه اليوم يستحق أن نطلق عليه عصر تكنولوجيايات الاتصال والمعلوماتية لما أحدثه الإنسان من ثورة هائلة في مجال وسائل الاتصال والإعلام ما جعل العالم مجرد قرية صغيرة محدودة المعالم اختزلت فيها الأزمنة والمسافات، وشهدت فيها الوسائل الاتصالية ووسائلها تطورا مذهلا بفضل المبتكرات الحديثة وتطورت من خلالها نظرة الإنسان إليها واستخدامه لها، فاعتبار "ماك لوهان" أن العالم قرية كونية صغيرة والدور الذي تلعبه هذه التكنولوجيايات في تشكيلها باستخدام رسالة اتصالية واحدة صالحة للجميع لم يكن ليعكس في الواقع تنوع رغبات وحاجات الشعوب المختلفة والمتنوعة تنوع ثقافتها وتقاليدها ونظمها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

¹ علي عوجة وآخرون: مقدمة في وسائل الاتصال، مرجع سبق ذكره، صفحة نفسها.

² المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

³ علي عوجة وآخرون: مقدمة في وسائل الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 119 - 120.

وهي في الأخير تبنت العولمة نمط معين على حساب الخصوصيات القومية، هذا والأصح أن ما قد يصلح لمجتمع أو جماعة ما قد لا يصلح بالضرورة لمجتمع آخر له خصوصياته التاريخية والاجتماعية والثقافية. كما نعلم أن الإنسان في حياته اجتماعي بطبعه فهو في حاجة إلى غيره في مختلف مناحي الحياة لكن انفتاحه* على العالم الخارجي البعيد يكون لأوقات طويلة و يكون على حساب المحيط القريب منه مما يعزله جزئيا في الوقت نفسه عن الاتصال بمن هم في حاجة إلى اتصاله بهم كأفراد أسرته مثلا، وهذا ما يطرح اليوم إشكالات تنجر عنها مشكلات اجتماعية عميقة سببها غياب الاتصال بين أفراد الأسرة الواحدة كما ينتج عنه كذلك غياب الاتصال بين مكونات المجتمع الواحد، مما جعل ترشيد استخدام هذه الوسائل الاتصالية التقنية وكيفية الاستفادة منها من العوامل الهامة لتحقيق الغرض منها بالنسبة للفرد والمجتمع فهي وسيلة لا غاية في حد ذاتها.

إننا اليوم في عصر المبتكرات فالتنافس المحتدم بين مختلف الشركات والمؤسسات الناشطة في مجال إنتاج مختلف الوسائط الاتصالية والوسائل التكنولوجية الحديثة أدى إلى ثورة حقيقية في مجال الاتصال والإعلام. فلا يكاد يطرح نموذج من هاتف جديد بأوصاف معينة ومواصفات تنافسية حتى يطرح نموذج آخر لجيل جديد، استجابة لحاجات وأذواق وتطلعات فئات معينة¹ من الجمهور، بل مراعاة واستجابة لأذواق أفراد وهنا انتقلنا إلى مراعاة الرسالة الاتصالية لفئات الجمهور، فما يصلح لهذا لا يصلح بالضرورة لذلك، بالنظر للتنوع الذي يميز الأجناس البشرية واختلاف ثقافتهم وتنوع حاجاتهم ورغباتهم.

وطبعا عمل المستهلكون لهذه الوسائل التكنولوجية للاتصال على استخدامها تلبية لحاجاتهم الاتصالية الضرورية بداية، ثم لينتقلوا إلى مواكبة الاستخدامات الكمالية المتنامية يوما بعد يوم في هذا المجال، لكن ما كان كماليا وثانويا بالأمس يحس نفس الشخص أنه استخدام ضروري اليوم، وهذا بالنظر إلى تنامي حاجات الإنسان الاتصالية وطبيعة حياته اليومية المتميزة بالتعقيد والتشعب وكثرة مشاغله وحاجته إلى اقتصار الجهد وربح الوقت.

وقد شهد العصر الحديث تطورا هائل في أساليب ووسائل الاتصال، بما يمكن القول معه أننا نعيش عصر المعلومات، كما أثر ذلك على نشاط العلاقات العامة التي تستخدم تلك الأساليب والوسائل التكنولوجية للاتصال في أداء مهامها وأنشطتها، وأتاحت لأدوات العلاقات العامة ظروفًا أفضل لممارسة

¹ (حمدي محمد الفاتح: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، 2011.

هذه الأنشطة، وقدرات أكبر في التبادل السريع للمعلومات والأفكار، والتخطيط السليم لبرامج العلاقات العامة، وهذا ما جعل تطور تكنولوجيا الاتصال يحدث تحديثا في طرق العلاقات العامة وأساليبها وأدائها.¹

ومن البارز أن يعتمد المجتمع المنظم على الاتصال بمختلف أنواعه، ومع تطور الوسائل الاتصالية الالكترونية الحديثة في المعالجة الرقمية للبيانات أصبحت ظاهرة الاتصال عن بعد شديدة الأهمية.

كما يمكن التطرق الى الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تستخدمها العلاقات العامة فيما يلي:²

1- الحواسيب:

تقوم بتخزين المعلومات ومعالجتها وحفظها والوصول إليها والولوج إليها سواء نصوص أو صور أو صوت أو جداول أو خدمات والتحكم فيها.

2- الهاتف:

بالرغم من مرور أكثر من مئة عام على اختراع هذا الجهاز الاتصالي المهم فإنه لا يزال وسيلة مهمة في نقل المعلومات عبر المسافات القريبة أو البعيدة ولقد شملته تطورات كثيرة حيث ادخلت اليه الوسائل الالكترونية والليزرية المتطورة لتسهيل عملية نقل المعلومات. ومن الابتكارات المهمة في عالم الاتصالات الهاتفية الهاتف الصوري Photophone أو الهاتف الفيديو Vidéophone الذي يستطيع نقل الصورة مثلما ينقل الصوت بسرعة (9600) بت Bit في الثانية والجهاز مزود بذاكرة يمكنها تخزين حوالي (30) صورة يمكن استرجاعها عند الحاجة ومشاهدتها على الشاشة أو تطبع على الورق.³

3- الهواتف النقالة:

استخدمته الكثير من المؤسسات في سبيل تسهيل الاتصال والتواصل مع عمالها من خلال توفير شرائح خاصة لإطاراتها، والهاتف يجمع العديد من التقنيات والتطبيقات: الصوت والصورة، وبرمجيات المختلفة.

واستخدام أيضا العديد من الوسائل من بينها:

الفاكس، الكاميرات، الداتاشو، الفيديو، الشبكات الرقمية.

¹ باقر موسى: مرجع سبق ذكره، ص 40.

² محمد مصطفى كمال: مرجع سبق ذكره، ص 125.

³ ماهر عودت الشمالية وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 69 - 70.

4-الانترنت:

هي كلمة لم تكن معروفة في اللغة الانجليزية بل نتجت عن ادخال **Inter** التي تشير إلى العلاقة البينية بين شيئين أو أكثر وكلمة **Net** تعني الشبكة لتعكس حقيقة أن الانترنت هي شبكة واسعة تربط بين العديد من الشبكات المحدودة. فشبكة الانترنت أو شبكة المعلومات الدولية وهي شبكة للاتصالات أنشأتها الولايات المتحدة الأمريكية والانترنت هي مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبط بعضها ببعض وهذه المجموعة تنمو ذاتيا بقدر ما يضاف إليها من شبكات وحاسبات والتي أدى اتساع مداها إلى تسميتها شبكة الشبكات.

5-دوائر التلفزيونية المغلقة:

دورها البث للجمهور المتواجد داخل المؤسسة لتقديم برامج المؤسسة أو إرشادات أو توجيه أو الترويج للسلع أو الخدمات أو البث المتزامن وهي موجودة بقاعات الانتظار أو الاستراحة فهي تعتمد على الصورة والصوت وفي المجال الصحي نرى أنها تعد وسيلة تستخدم في مجال العلاقات العامة لنقل الرسائل الاتصالية الصحية بين المؤسسة وجمهور الداخلي من جهة ومن جهة أخرى المؤسسة وجمهورها الخارجي خاصة متلقي الخدمة الصحية والمرتفقين بالمؤسسة.

أدوات وآليات العلاقات العامة عبر الانترنت:

1-البريد الالكتروني:

اذ يمكن لمستخدم الانترنت إرسال واستقبال الخطابات إلكترونيا من وإلى شخص آخر متصل بالإنترنت وكذا أي شيء يتم تخزينه في ملف نص ويشمل برامج الحاسب، الإعلانات والمجلات الالكترونية فيما يمثل البريد الالكتروني العمود الفقري لإنشاء الإنترنت.¹

والبريد الإلكتروني أو ما يسمى أحيانا بالإيميل هو أسلوب لكتابة وإرسال واستقبال الرسائل عبر نظام الإتصالات الإلكترونية، سواء كانت الشبكة العنكبوتية أو شبكة الاتصالات الخاصة داخل الشركات أو المؤسسات أو المنازل.

كما أن بدايات البريد الالكتروني على عكس الاعتقاد السائد لدى الناس سابق للإنترنت بل وان نظام البريد الالكتروني كان أداة أساسية في ابتكار الشبكة العنكبوتية، حيث طور في عام 1965 كأسلوب

¹ (حمدي محمد الفاتح: مرجع سبق ذكره1، ص 2.

اتصال لمجموعة مستخدمين لحاسوب عملاق، امتد البريد الإلكتروني بسرعة لتصبح وسيلة لنقل الرسائل عبر شبكة الأنترنت أو خلال شبكة من الحواسيب.¹

2- مدونة Blog :

وهو دفتر اليومي والمفكرة التي تحفظ المعلومات بالترتيب الزمني. كلمة Blog جاءت من كلمتي Web -Log تعني شبكة العنكبوتية وLog تعني دفتر يومي أو سجل أو مفكرة أو جريدة يومية ثم اختزلت كلمة Web بحرف B لتصبح Blog، إذ يعد دفتر يومي يستخدم لترتيب المعلومات زمنيا عند الدخول إلى هذه الصفحات نجد أن المعلومات فيها مصنفة ومرتبة حسب العناوين أو مواضيع معينة، سواء كانت اجتماعية سياسية أو اقتصادية وغيرها.

والمدونة هي التعريف الصحيح الأكثر قبولا لكلمة BLOG الإنجليزية، التي هي اتحاد بين كلمتي Web log بمعنى سجل الشبكة. والمدونة تطبيق من تطبيقات الأنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة واب تظهر عليها تدوينات (المدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا. وفيها أرشيف للمدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوانا دائم لا يتغير منذ لحظة نشره، يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

وتعفي هذه الآلية للنشر على الواب المستخدم من التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بهذا النوع من النشر، وتتيح لكل شخص أن ينشر كتابته بسهولة بالغة وينظر إلى المدونات على أنها وسيلة النشر للعامة التي أدت إلى زيادة دور الواب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى، بالإضافة إلى كونها وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة، ويمكن اعتبار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكتروني أهم خدمتين ظهرتتا على الإنترنت على وجه الإطلاق يليه الويكي.²

والموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدوناتهم تتراوح ما بين اليوميات والحوار و التعبير المسترسل عن الأفكار، والانتاج الأدبي و الموضوعات المتخصصة في مجال التقنية و الأنترنت نفسها، فيما يتناول البعض موضوعات شتى يخصص بعض المدونين مدوناتهم لكتابة في موضوع واحد، توجد مدونات جماعية يشارك فيها العديد من الكتاب وهناك مدونات تقتصر على شخص واحد، وهناك

¹ (ماهر عودت الشمالية وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 203.

(*) أنظر كتاب عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل إلى وسائل الإعلام الجديدة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

(*) أنظر كتاب ناصر دادي عدون: الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية.

² (ماهر عودت الشمالية وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 221.

مدونات تعتمد على الصور PhotoBlog والتعليق عليها و برز مؤخرا مدونات الفيديو VideoBlogs و هي قائمة أساسا على نشر المحتوى التدويني بالصوت والصورة مسجلا على الفيديو.¹

3-المنتديات:

لكونها فضاءات واجتماعات افتراضية تتشكل على الفضاء الالكتروني للتواصل فيما بينها، وهي تشترك مع بعضها البعض في قيم أو نشاطات، ويمكن للمؤسسة أن تنشأ منتدى خاص يناقش فيه العمال مختلف الاختصاصات والقضايا.

4-مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن أن تنشأ المؤسسة صفحة خاصة بها، من أجل التعريف بمنتجاتها والتجاوب المباشر مع الجمهور لمعرفة آراءه واقتراحاته وتحقيقها لغاية وجود المؤسسة بالقرب من جمهورها.

5-صفحات الويكي:

هي صفحات يشارك في إعدادها المستخدم أي قابلة للتعديل من طرف الزوار، كلمة Wiki تعني سريعا أو أسرع بلغة سكان هاواي لذلك هذه الصفحات تمتاز بالتزويد يوميا بالمعلومات الجديدة ومن خصائصها أن بها روابط لصفحات أخرى. هذه الصفحات تتهم بعدم مصداقيتها لذلك فإن المعلومات يجب إرفاقها بمراجع، لأن عدم وجود هذه الأخيرة يؤدي الى عدم أخذها بعين الاعتبار لأنها فضاء حر للتعبير.

6-الموقع الالكتروني للمؤسسة:

تنشئه المؤسسة ليكون الواجهة التي تطل بها المؤسسة على جمهورها وهو أداة للإعلام ونقل المعلومات والاتصال، وخلق حلقات مع الجمهور كما يعتبر الفضاء الذي يعبر عن هوية المؤسسة.

7-الانترانت Intranet:

تعد ربط شبكي داخلي وهي شبكة معلوماتية داخلية تشبه شبكة الانترنت لأنها تتأسس على نفس تقنياتها، لكنها في نطاق محدود وضيق يخصص لحدود المؤسسة.

8-الاكسترانت:

إن فكرة توسيع الانترنت إلى المتعاملين خارج المؤسسة يعتبر اكسترانت وذلك في الشبكة المعلوماتية، يمنح فيها القبول إلى جمهور خارجي محدد، منتقى على أساس مصالح مشتركة والمحدد

¹ (ماهر عودت الشمايلة وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 222.

والمعروف منذ البداية، مثلا عملاء أو زبائن أو المومنين أو المستشارين أو مؤسسات ذات مصالح مشتركة وليس الجمهور العام للإنترنت.¹

مجالات استعمالات تكنولوجيايات الاتصال الحديثة:

معظم العناصر المرتبطة بمجتمع المعلومات والتكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال تتعلق بعالم الشغل ونظام العمل:

- استعملت تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في العلاقات التجارية مما جعل المنتجات عبارة عن قيمة أو صورة قبل أن تكون سلعة فهي يعبر عنها تسويقيا في المال الاتصالي.
 - أدت إلى ظهور نمط جديد من تنظيم المؤسسات يتمثل في الشبكة.
 - ودفعت هذه التكنولوجيايات إلى التغيير في حجم وطبيعة المهمات المرتبطة بضرورة التكيف معها.
 - وأدى تيسير الوصول إلى بنوك المعلومات وإلى آفاق اتصالية جديدة وكذا تحسين الإنتاجية والرفع من قدرة المؤسسات على تسيير المسائل المهمة، واتخاذ القرارات المناسبة بفضل توفير المعلومات المطلوبة مما وفر لها القدرة على التنافس.
 - لا يمكن تجاهل اليوم أن التكنولوجيايات الجديدة للإعلام والاتصال تمثل ثمانية بالمائة من الناتج الخام المحلي (PIB) الأمريكي.
 - وتميزت أيضا بالاعتماد أكثر على الدعامة الالكترونية الكهربائية أكثر من الدعامة الورقية.²
- أساليب الاتصال في العلاقات العامة الحديثة:

أ- الاتصالات الشفهية:

هي الاتصالات المباشرة والمقابلات الشخصية وهذه تعتبر من أنجح الوسائل للاتصالات ، وخاصة إذا كان القائم بالعلاقات العامة يمتاز بشخصية قوية وحسن التصرف في مواجهة الأشخاص والظروف.³

ب- الرسائل والخطابات الشخصية:

لهذه الوسيلة آثار كبيرة غالبا ما نجهل قيمتها لذا يجب على رجل العلاقات العامة عدم ترك أي مناسبة تمر بدون اغتنام فرصتها، فلا يتأخر مثلا في كتابة تهنئة لزميل على نجاحه في عمل جديد

¹ فضيل دليو و آخرون: الاتصال في المؤسسة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003، ص .

² فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، المفهوم، الاستعمالات - الأفاق،، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص 100-101.

³ محمد مصطفى كمال: العلاقات العامة بين تكنولوجيايات الاتصال والأزمات ادارة - عولمة - اتخاذ قرارات، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2012، ص 135.

ج- الاتصال التلفزيوني:

هذه الوسيلة لها بدورها أقوى الأثر من الخطابات والرسائل، وبخاصة في الوقت الضيق أو اتخاذ اجراء مباشر لكي يكون الاتصال مفيدا، بحيث يكون العمل المراد الاتصال بشأنه واضحا نهائيا، لا تردد فيه وفي بعض الحالات السريعة يعتبر الاتصال التلفزيوني أسرع أثرا من الخطاب، إذا كان الشعور بالاستجابة للخطاب غير مضمون النتيجة، والتراجع عن الاتفاق التلفزيوني ليس سهلا ولكن يجب اتباع المناقشة التلفزيونية بخطاب يسجل ما دار فيه واتفق عليه.¹

¹ محمد مصطفى كمال: المرجع سبق ذكره، ص 136 نقلا عن هبة رشوان، أساليب الاتصال في العلاقات العامة، مجتمع العلاقات العامة، (www.mht.com) 2006/12/16

المبحث الرابع: أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها

أولاً: مفهوم الصورة الذهنية

1. ماهية الصورة الذهنية:

ظهر مصطلح الصورة الذهنية إلى الوجود في سنة 1908 م على يد العالم جراهام دلاس و الذي أشار في كتابه " الطبيعية البشرية والسياسية " إلى أن الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم عند الثقة في مرشح ما. وكمصطلح له علاقة بالمنشآت التجارية لم يستخدم الا مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين. ثم ما لبث أن استخدم في المجالات السياسية والاعلامية والمهنية المختلفة.

و ساهمت معاجم اللغة في تقديم تعريفات لغوية فعرفت الصورة الذهنية على أنها مشتقة من اللفظة اللاتينية Image بمعنى رسم أو شكل أو صورة، وهي تعادل في العربية كلمة انطباع أو فكرة ذهنية، أما الصورة النمطية فعرفت على أنها الشيء المكرر على نحو مطرد و على وتيرة واحدة، أو الشيء المردد على نمط ثابت أو عام وفي خضم تقدم علوم الاتصال دخل مصطلح الصورة الذهنية في مختلف مجالات البحوث المتصلة بالرأي العام، ثم تعاضم الاهتمام بها مع التقدم الكبير في مجالات الاتصالات و المعلومات التي حولت العالم إلى قرية صغيرة تضخ فيها المعلومات و الأخبار و القصص الإخبارية ليلا ونهاراً، فتعاضم الاهتمام بدراسة الصورة في مختلف فروع الإعلام سياسياً و اقتصادياً و اجتماعياً و بيئياً و إدارياً.¹

ويرى الدكتور علي عوجة أن الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات ازاء شخص معين، أو نظام معين أو شعب معين أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون لديه تأثير على حياة الانسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير مباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم. وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه

¹ (محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 167.

التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله الى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها.¹

2. أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات الصحية:

يمثل التمويل والتسويق أهم العوامل المؤثرة بالنسبة لنجاح منظمات في أداء نشاطها ومدى قدرتها على البقاء والنمو، فالمنظمات ستظل عاجزة على تحقيق رسالتها و أهدافها لخدمة المجتمع عندما لا يوجد الدعم والتمويل اللازم لأنشطتها، وإذا لم تتمكن من جذب أفراد المجتمع وتسويق منتجاتها أو خدماتها أو أنشطتها وبرامجها. وفي عصر تتنافس فيه المنظمات على جذب الجماهير المستهدفة، وكسب دعمهم وثقتهم، يأتي دور العلاقات العامة حيث تمثل الجهود الاتصالية المستمرة لكسب تأييد وثقة فئات الجماهير على اختلافها، وبناء صورة ذهنية ايجابية في أذهانهم عن المنظمة تدفعهم لدعمها ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن تتنازل منظمة عن صورتها الذهنية، والسعي لبناء وترسيخ صورة طيبة لها لدى جمهورها، واهمال ذلك من المؤسسة يدفع الجمهور الى بناء صورة وانطباع لها من خلال ما يتلاقاه ويسمعه من مصادر أخرى.²

وتتجلى فوائد التي تكسبها المنظمة ببناء صورة ذهنية حسنة لدى جمهورها فيما يلي:

تسهم الصورة الذهنية في زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمنظمة، وتساعد على استقطاب المهارات البشرية للعمل والتطوع في أنشطة المنظمة كما أنها تزرع الشعور بالثقة والانتماء للمنظمة لدى العمال والموظفين وتعمل عادة على جذب مصادر تمويل لدعم المنظمة، وزيادة تمويل برامجها و أنشطتها، كما تساهم في زيادة اهتمام قادة الرأي ووسائل الاعلام بالمنظمة ودورها في خدمة المجتمع.³

3. أنواع الصورة الذهنية:

من خلال تحديد نوع الصورة الذهنية يمكن الاقتراب منها وفهمها ومعرفة جوانبها بشكل أفضل، ثم تحديد مسارات التعامل معها باتجاه التصحيح والترسيخ أو التغيير وهذا ما يسعى اليه نشاط العلاقات

¹ علي عجوة: مرجع سبق ذكره ص 9 - 10.

² محمد مرضي الشمري: المدخل الى العلاقات العامة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 44.

³ المرجع نفسه، ص 45.

العامة، وهذا ما يجعل تحديد نوع الصورة الذهنية يحدد معها أيضا خصائصها وسماتها، أي معرفة العناصر المكونة لها مما يمكن ممارسي نشاط العلاقات العامة من التعامل معها بشكل دقيق وعميق.¹

كما يشير " فيليب موريل " الى أربع أنواع للصورة الذهنية:²

- 1- الصورة المؤسسية: وتكون على مستوى وطني.
 - 2- الصورة المهنية: وهي ترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة.
 - 3- الصورة العلائقية وهي ترتبط في ضوء التواصل مع الجمهور.
 - 4- الصورة العاطفية: وهي تقوم على أساس الود والتعاطف بين المؤسسة و جمهورها.
- ويعدد "جفكينز" أنواع الصورة الذهنية كما يلي:³

- 1- الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
- 2- الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- 3- الصورة المرغوبة: وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
- 4- الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير، ويمكن إطلاق عليها الصورة المتوقعة.
- 5- الصورة المتعددة: ويحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهما انطبعا مختلف عنها⁴ ومن المؤكد ألا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول الى صورة ايجابية أو سلبية وتجمع بين الجانبين صورة موحدة.

كما يمكن تعداد أنواع الصورة الذهنية كما يلي:⁵ الصورة الذهنية النمطية، الصورة الذهنية القومية، الصورة الذهنية المقولبة، الصورة الذهنية المتخيلة، الصورة الذهنية الوافدة، الصورة الذهنية التذكيرية، الصورة الذهنية المكونة للاتجاه.

¹ باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 61.

² نفس المرجع، ص 61- 62.

³ علي عوجة: مرجع سبق ذكره، ص 8- 9.

⁴ علي عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سبق ذكره ص 9 نقلا عن شفيق السيد: التعبير البياني، رؤية بلاغية نقدية، القاهرة، مكتبة الشباب، 1977، ص 167..

⁵ باقر موسى: مرجع سبق ذكره، ص 62- 71.

ثانيا: دور العلاقات العامة في ترسيخ الصورة الذهنية عن المؤسسة لدى جمهورها

يمكن اعتبار العلاقات العامة حلقة وصل حيوية بين المنظمة والمجتمع، فالعلاقات العامة في جوهرها نشاط اتصالي، يهدف إلى كسب ثقة الجمهور وتأييده لأهداف وسياسات المنظمة، وإبراز صورة ايجابية للمؤسسة أمام جمهورها والمجتمع المحيط بها، ويشترط لنجاح المؤسسات والشركات والمنظمات في العصر الحاضر التمكن من الاتصال ب جماهيرها لتشكيل صورة ذهنية ايجابية جيدة لدى جماهيرها وتحسين سمعتها ومدى التأثير على الرأي العام.

- ومن هنا تبرز أهمية الصورة الذهنية التي تترسخ في ذهن الجمهور عن المؤسسة، حيث تعكس هوية المؤسسة كما يراها الجمهور وينبغي الإشارة إلى الفرق بين المفهومين فمصطلح الهوية أو شخصية المؤسسة: يشير إلى ما تحاول المؤسسة نشره والتعبير عنه عبر طرق وأساليب متعددة يتم من خلالها التعبير عن هوية المؤسسة.

- بينما الصورة الذهنية تعكس الطريقة التي يرى بها الجمهور المنظمة أو المؤسسة من خلال التعبير عن هوية المؤسسة.¹

1- دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية:

ان ادارة الصورة الذهنية للمنظمة أحد أهم وظائف العلاقات العامة بل يعد الهدف النهائي للعلاقات العامة في أي مؤسسة هو بناء وتدعيم صورة ذهنية ايجابية عنها في أذهان الجماهير، ولقد أصبحت العلاقات العامة ضرورة هذا العصر الذي يمتاز بالتغيرات السريعة و الأحداث المتلاحقة، ولم يعد من الممكن أن نترك الأمور للصدف في ظل المواقف الاجتماعية المعقدة التي تحتاج الى دراسة مستمرة وبحوث دقيقة² ولبناء صورة ذهنية المرغوبة تقوم العلاقات العامة بمجموعة من الوظائف الاتصالية و الاعلامية، التي تستهدف الاتصال بالجمهور، وتقديم المعلومات التي تمكنه من تكوين رأي عام صائب اتجاه قضايا المنظمة ،وبالتالي بناء وتحسين صورتها الذهنية لديه.³

¹ كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، مرجع سبق ذكره ص 386.

² مصطفى يوسف الكافي: العلاقات العامة وادارة الأزمات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص74 نقلا عن محمود يوسف:

ادارة وتخطيط العلاقات العامة الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص60.

³ مصطفى يوسف الكافي: مرجع سبق ذكره، ص153.

وظهرت وظيفة تخصصية ضمن وظائف المشتغلين بالعلاقات العامة وهي وظيفة (صانع الصورة Image Maker)¹ وهي الوظيفة التي يقوم شاغلها بتحديد عناصر الصورة المرغوبة للمنظمة والتي يسعى ببذل الجهد من أجل تكوينها والاستفادة من كافة الظروف التي تساعد على تحقيقها ودراسة الأوضاع المعاكسة لتفادي آثارها السلبية على صورة المنظمة، أو اضعافها الى أدنى حد ممكن.²

2- دور وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة:

تعتبر العلاقات العامة الجهاز الذي يصل المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي وللتقدم التقني في وسائل الإعلام المتنوعة ولا سيما فيما يتعلق بالاتصال دور في زيادة فعالية هذا الجهاز و تحسين صورة المؤسسة، فقد ازداد الطلب في الآونة الأخيرة على تطوير أقسام العلاقات العامة وسبب الإقبال على هذا الفرع من فروع الإدارة هو الدور الذي يلعبه هذا الجهاز و أهميته لكل مؤسسة، حيث يقوم بترسيخ صورة حسن عن المؤسسة من خلال نقل الأنشطة والخدمات التي تقدمها للجمهور و تلبية حاجة الجمهور للحصول على تلك المعلومات ومن التعاريف العلاقات العامة، تعريف العلاقات العامة الذي قدمته الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد و المشاركة، وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها و أن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى التعاون الفعال الذي يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة³ ومن مصلحة المؤسسة تحسين صورتها لدى جمهورها.

ثالثا: ادارة الصورة الذهنية الالكترونية

لطالما اعتمدت المؤسسات في قياس صورتها الذهنية على جملة من الآليات، من أبرزها استطلاع آراء المستهلكين، غير أن التطور التكنولوجي وسع من قائمة البدائل عبر توفيره لفضاءات التواصل الاجتماعي، اذ تتيح هذه الشبكات لأخصائي العلاقات العامة معرفة صورة مؤسستهم عن طريق التواصل

¹) Relation Publique vue sur le lien <https://www.appvizer.fr/magazine/marketing/rerelations-publiques> le 20/12/2018.

²) مصطفى يوسف الكافي: مرجع سبق ذكره، ص75 نقلا عن علي عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، ص1.

³) علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 305.

الآني مع أفراد المجتمع الموجودين أساسا على شبكات التواصل الاجتماعي مما يسهل عمل العلاقات العامة في الوصول الى أكبر عدد ممكن من جمهور المؤسسة.¹

وهذا ما دفع العديد من المؤسسات لانتهاج مقاربة جديدة للتعرف على صورتها الذهنية الالكترونية عن طريق الاستماع لجمهورها، الذي ما فتئ يعبر عن آراءه عبر مواقع الويب، دون اهمال المقاربة التقليدية القائمة على استطلاع رأي الجمهور، فمراعاة منطق التكامل و حرصا من المؤسسة على استثمار أفضل للويب لتعزيز المكاسب، عملت أغلب المؤسسات على الجمع بين المقاربتين.²

رابعا: أنشطة العلاقات العامة التي تسهم في تحقيق الصورة الذهنية المثلى لدى الجماهير

ويمكن أن تسهم أنشطة العلاقات العامة التي تبرمجها وتتجزها المؤسسات الصحية في تحقيق صورة ذهنية مثلى لدى الجماهير:³

العمل على التعرف على اتجاهات الرأي العام الداخلي والخارجي، نقل اتجاهات الرأي العام للإدارة العليا واقناع الجمهور بضرورة تعديل السلوك السلبي الى ايجابي، تنمية التعاون بين المؤسسة وجماهيرها ، والعمل على حماية المؤسسة من أي هجوم عليها عن طريق الاشاعات و الأخبار الكاذبة، القيام بتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة مع تهيئة بيئة ملائمة ومناخ ملائم لعمل المؤسسة، دعم سياسة المؤسسة وتقبل الجمهور لها وتنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة و الجمهور مع السعي نحو تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة، السعي الى تحقيق توازن بين مصلحة المؤسسة واحتياجات الجمهور والمجتمع، مع القيام المستمر بتقييم اتجاهات الجمهور والاستجابة لها الى جانب العمل كنظام تحذير مسبق يساعد الادارة على اتخاذ القرارات الملائمة، وذلك بهدف زيادة شعبية المؤسسة و منتجاتها سواء كانت خدمات أو سلع أو أفكار.

¹ (باية بوزرة: مرجع سبق ذكره، ص 146 نقلا عن حسين محمد هتمي: العلاقات العامة ،وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

² (المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

³ (محمد مرضي الشمري: المرجع سبق ذكره: ص 45-46.

المبحث الخامس: دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات

للعلاقات العامة أدوار هامة في المجتمعات بصفة عامة وفي المؤسسات والمنظمات بصفة خاصة وفي حالة حدوث أي اضطرابات داخل هذه المؤسسة يكون على العلاقات العامة أن تبدأ في مهمتها في حل الاضطرابات التي عندما تتصاعد تتحول إلى أزمات، فمن خلال هذا المبحث نتعرض أولا إلى أدوار العلاقات العامة ثم ثانيا إلى أسباب نشوء الأزمات واستراتيجية ادارتها وثالثا نتطرق إلى دور العلاقات العامة في ادارة الأزمات وعلى بعض نماذج ادارتها للأزمات أما رابعا فأشرنا إلى كيفية ادارة اتصال الأزمة في المؤسسات الصحية و في الأخير خامسا تعرضنا إلى دور العلاقات العامة في الحد من انعكاسات أزمة وباء كوفيد 19 على جمهور القطاع الصحي في الجزائر.

لنتعرف على الدور المهم الذي تقوم العلاقات العامة في مواجهة الأزمات ومدى نجاعته يجب بداية الاحاطة بأهم أدوار العلاقات العامة في المؤسسة والتي تمكنها من التحرك في حالة حدوث أزمة ما.

أولاً: أدوار علاقات العامة

تسند للعلاقات العامة في المؤسسة عديد الأدوار أبرزها ما يلي:¹

1- دور العلاقات العامة في البيئة المحلية:

وتلعب العلاقات العامة دورا بارزا في التأثير على المجتمع والبيئة المحلية المحيطة بالمؤسسة من خلال العمل على تزويدهم بالمعلومات عن الخدمات التي يمكن أن تقدمها المؤسسة له، وما يمكن أن يسهم فيه وجودها لتطوير هذه البيئة. وهنا يجري الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع. وأي مؤسسة لا يمكن أن تعيش بمعزل عن المجتمع، فهي بحاجة دائمة له مثلما هي تحرص على تقديم التزاماتها اتجاهه، بعيدا عن ما تقدمه في عمليات دفعها للضرائب، ويأتي طبعا في مقدمتها اسهامها في رفايته وتقدمها الأمر الذي يعود عليها بالخير في النهاية. ولذلك لا بد أن تكون العلاقة بين المنشأة والمجتمع المحلي علاقة طيبة، بحيث يكون الناس راضين عنها وعن سياستها، وعن ما تقدمه من خدمات أو سلع، وأن جهود العلاقات العامة بالمجتمع المحلي هي سلسلة من العلاقات القائمة أو المزمع اقامتها بين المؤسسة والناس

¹ علي فلاح مفلح الزغبى و مروان بدر السميعة: ادارة العلاقات العامة مدخل صناعة العلاقات العامة، دار اليازوتي العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، 2019، ص 94-110.

الذين يعيشون في بيئة عملها، فضلا عن الوسائل والأنماط المستخدمة لتنمية هذه العلاقات لتحقيق أهداف المؤسسة.¹

2- دور العلاقات العامة في التأثير والاقناع:

يرتكز الاقناع على الاتصال الإقناعي الذي يحدث عندما يقوم القائم بالاتصال بتوجيه رسالته الاعلامية، لإحداث تأثير مركز ومحبوب في اتجاهات وسلوك مجموعات معينة مستهدفة من الجمهور. وتوظف العلاقات العامة لوسائل الاعلام اذ تستخدمها كأدوات للتأثير والاقناع. لأنها تعمل من خلال المثير الاعلامي والاستجابة الفردية و أكدت البحوث المتزايدة أن اثاره وسائل الاعلان لا تأتي بصورة سريعة ومباشرة وبسيطة فالرسالة الاعلامية الواحدة ليس لها سوى قليل من التأثير في الاتجاهات أو السلوك ولا تأثر الا تدريجيا وبعد تعرض مستمر لها. و حتى في تلك الحالة يرجح أن تدعم الاتجاهات أكثر مما تغيرها. لأن هناك الكثير مما يحدث في المرحلة ما بين المثير الاعلامي والاستجابة الفردية، اذ يكمن الشك في الاستجابة لتأثير في أعماق النفس البشرية نفسها.²

3- دور العلاقات العامة في التحفيز:

ويعمل على تحفيز في المؤسسات قسمان هما قسم العلاقات العامة وقسم الادارة من خلال خلق التعاون الفعال بين العاملين بالشكل الذي يدفعهم لتحقيق أهداف مؤسساتهم، من خلال انجاز الواجبات التي كلفوا بها، و تستطيع المؤسسة استخدام أنواع من الحوافز المادية والمعنوية، لغرض اثاره الهمم و زيادة المشاركة في تحقيق الأهداف. وللحوافز المادية دور مهم في زيادة الانتاج، دون اغفال الحوافز المعنوية من خلال منحهم فرص الترقية والتدريب واشعارهم بالأهمية داخل المؤسسة. ومنحهم الطمأنينة وتعزيز الانتماء الى مؤسسة محترمة في المجتمع. وتعمل شعب العلاقات العامة هنا بعملية رصد الأفراد العاملين بالمؤسسة الذين يقدمون أعمالا متميزة أو مبدعة في اطار عملهم وتشجيعهم وتكريمهم سواء كان ذلك بالدعم المادي، والذي يتمثل في طرائق المكافآت التشجيعية أو التكريم المعنوي ويأخذ أشكال متعددة كتوجيه كتب الشكر والتقدير والعرفان أو تثمين جهود العناصر الكفوة من خلال الاجتماعات والندوات.³

¹ علي فلاح مفلح الزغبي و مروان بدر السميعة: مرجع سبق ذكره، ص 94-95 نقلا عن عوجة، 2014.

² المرجع نفسه، ص 97.

³ المرجع نفسه، ص 98-99.

ولعب الدعم المعنوي للفرق الطبية وغرس روح التعاون والتآزر بينهم و بث روح الانتماء للمؤسسة الصحية و الوطن في فترة الأزمة الصحية لوباء كورونا دورا هاما في تحفيزهم من خلال الاشادة بهم و بأدوارهم البطولية في مواجهة وباء كورونا تاركين أهاليهم و أسرهم رغم خطورة الوضعية الصحية مرابطين في أقسام ومصالح العناية الصحية المركزة، لإنقاذ أرواح المصابين والمساهمة في الحد من آثار الأزمة الصحية الوبائية الى غاية انفراجها وزوالها.

4- دور العلاقات العامة في الجوانب الانسانية:

للعلاقات العامة دور مهم في الجوانب الانسانية: أداء الخدمة الصحية ذات جودة يتطلب اضافة الى متطلبات الكفاءة المهنية والتكوين العلمي والممارسة الطبية والصحية التي تراعي عاملي الزمن و الفعالية، أي تقديم الخدمة في الوقت المناسب و بالفعالية اللازمة مع مراعات الجانب الانساني للمستفيد من الخدمة الصحية. فعلى أي منتسب الى المؤسسة الصحية والقطاع الصحي أن يتسم بالإنسانية في التعامل والتواصل مع المرضى ومرافقيهم.

كما أن أي مسؤول في ادارة المؤسسات يدرك أهمية الاهتمام بالجانب المعنوي مما يؤدي الى الرفع من كفاءة المنتسبين، ولذا الاهتمام برفاهيتهم وسعادتهم عن طريق خلق جو من الثقة و الاحترام المتبادل الفعال بين الطرفين، بالإضافة الى تلبية حاجاتهم الأساسية فهذا يدفعهم الى الاعتزاز بعملهم و إخلاصهم وتقانيهم لمؤسساتهم و تتميز العلاقات العامة بتركيزها على الجانب الانساني:

- تخطط العلاقات العامة على انجاح عمل المؤسسة ومنها تحسين العلاقات الانسانية و تحسين ظروف أداء المهام وامكانياته والاهتمام بالمنتسبين و حاجاتهم ومطالبهم المتزايدة من رعاية صحية و اجتماعية و ثقافية و ترويجية داخل نطاق عملهم وخارجه.

- اتباع المنهج العلمي في عمل العلاقات العامة سيما الأسلوب الديمقراطي السليم فتسود المؤسسة روح عالية من المعنويات، و هذا ما يفتح المجال أمام الفرص للابتكار و تقديم المقترحات و هنا لا يستطيع المديرون أن يفرضوا سياساتهم الذاتية، من اشراك الهيئة العامة في تحمل المسؤولية و استيعاب أفكار العملاء مما يقدمه الأخصائيون من المشورة ومقترحات، وفي هذا تشجيع للديمقراطية ودعم للمبادئ الانسانية السليمة داخل المؤسسة.

- تستلزم برامج العلاقات العامة ضرورة تحقيق الدالة المتقدمة وتهيئة أسباب الحياة الكريمة للعاملين في المؤسسة . بث روح الاستقرار والاطمئنان في نفوسهم عبر أجواء التعاون و الاخاء بينهم بديلا عن التنزع و الكراهية وتعمل العلاقات العامة لجعل الحياة أكثر انسانية وهو ما يساعد على كسب الرأي العام الخارجي و نجاح برامج العلاقات العامة في تحقيق أهدافها.¹

5- دور العلاقات العامة في تفعيل الروح المعنوية:

يشار بالحالة المعنوية الى الحالة النفسية و الذهنية والعصبية لأفراد المجموعة التي تحكم سلوكهم وتصرفاتهم وتؤثر فيها. و تجدد رغبتهم في التعاون والمعنوية يقصد بها محصلة المشاعر و الاتجاهات و العواطف التي تحكم تصرفات الأفراد. و يمكن الوقوف على الحالة المعنوية من واقع الرغبة أو الاستعداد الذي يظهره العاملون اتجاه عملهم ورؤسائهم و زملائهم واتجاه أفراد المشروع بصفة عامة. وتظهر الروح المعنوية العالية من خلال حماس العاملين واهتمامهم الزائد بعملهم واطهارهم روح المبادرة والابتكار والتزامهم بالقوانين وتعاونهم مع الآخرين وربط أهدافهم الشخصية بأهداف المؤسسة و يفخرون بانتمائهم للمؤسسة.²

6- دور العلاقات العامة في التسويق والاعلانات:

تسعى العلاقات العامة للبحث عن السوق الصالحة والتي تمثل الأرض الخصبة وتسعى المؤسسة الى تغيير سلعتها و خدماتها بما يلائم السوق ومتطلباته. اذ يتوقف نجاح التسويق على جودة العمل الذي جرى في مرحلة التصميم أو البحث. وتتحقق سهولة البيع و ما هو أهم منه، الاستمرار و التوسع في المبيعات بمجرد أن أصبحت السلعة معروفة وذات قدرة على تحقيق استمرار الأداء الذي يتوقعه منها المشترون، فهم يتوقعون من السلعة أن تكون اقتصادية، و يعتمد عليها وسهلة الخدمة أو جذابة المظهر أو كل هذا دفعة واحدة، وتعمل أجهزة العلاقات العامة كذلك على ترويج الخدمات و السلع التي تنتجها المؤسسات و لاسيما اذا كان نوعها جديد من خلال الدراسات الميدانية. وتحدد هذه الدراسات صفات و جودة السلعة أو الخدمة التي يمكن أن تجتذب أكبر عدد من المستهلكين. كما تحدد الحجم المنتظر للمبيعات في المرحلة الأولى على الأقل، كما توصلت الدراسات الى معرفة أفضل وسائل البيع للسلع

⁽¹⁾ علي فلاح مفلح الزغبى و مروان بدر السميعة: مرجع سبق ذكره، ص 99 - 100.

⁽²⁾ المرجع نفسه ، ص 101.

الجديدة و يأتي هنا عمل دور الاعلان في عملية التسويق، فالإعلان فن قديم ارتبط بترويج وبيع السلع و الخدمات ويهدف الى التأثير في عواطف الانسان وواقعه.¹

7- دور العلاقات العامة في البحوث العلمية:

يكمن دور العلاقات العامة في البحوث العلمية في عملية استقصاء علمي ومعرفي في أحد مجالات المعارف و العلوم، بالاعتماد والالتزام بمنهج البحث العلمي وشروطها، و من هذه البحوث ما هو نظري ومنها ما هو تطبيقي.²

8- دور العلاقات العامة في التأثير على الجمهور:

ان نقطة التماس بين المؤسسة والجمهور تكون العلاقات العامة التي تتعامل مع الجمهور، وتسعى الى كسب تأييده وجعله في صف المؤسسة التي تمثلها، كما تعمل العلاقات العامة على تحقيق الخير والفائدة لجمهورها، من خلال المصلحة العامة و يصبح الجمهور العام في الواقع جميع المواطنين سواء كان من الجمهور الداخلي أو الخارجي. كما تعمل العلاقات العامة على تقديم خدماتها للأفراد بأفضل صورة، اذ أن الاسهام في خدمة الفرد و رفاهيته هي السبيل الوحيد لنجاح المؤسسة مهما كان نوعها أو هدفها، لهذا فان الاتصال في العلاقات العامة لا يمثل نشر المعلومات الى الجمهور فقط بل تبادل المعلومات مع الجمهور أيضا، والعملية الاتصالية تكون في الاتجاهين من المؤسسة الى الجمهور ومن الجمهور الى المؤسسة. و هذا ما يحقق الوفاق بينهما، و المؤسسة التي لا تتبنى هذا الأسلوب سرعان ما تقشل في أداء مهامها³ وقد تضحل.

9- دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات:

تعتبر عمليات قياس اتجاهات الجمهور من العملاء والعاملين وغيرهم وزيادة التفاهم و الوفاق بين المؤسسات والجمهور وتحقيق التوازن والتكامل بين أهداف الجمهور ومصالحه واحتياجاته من أهم مهام العلاقات العامة. كما أنها تعمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها من خلال الاعلام الصادق و الاتصال الفعال خدمة للصالح العام. فاذا كان دور العلاقات العامة مهما في الظروف العادية

¹ علي فلاح مفلح الزغبى و مروان بدر السميعات: مرجع سبق ذكره، ص 105-106 .

² المرجع نفسه، ص 107 نقلا عن الزغبى والعنتري، 2016.

³ المرجع نفسه، ص 108 - 109 نقلا عن العسكري، 2009.

أو الطبيعية فان دورها يكون مهم جدا و أكبر في الأزمات، بحكم مسؤوليتها في ترسيخ الصورة الذهنية الطبية في ذهن الجمهور، أو تغيير نمط التفكير لصالح المؤسسة وهذا ما يسهم في ادارة الأزمات التي قد تحدث أو التنبؤ بها، وهذا جزء مهم من مهام بحوث العلاقات العامة يخفض بشكل ملحوظ في وطأتها¹ وشدتها ويحد من آثارها.

إذا ما عدنا إلى نشأة العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية أولا و أوروبا ثانيا، كان السبب في ممارسة هذا النشاط هو تلك الأزمات التي تعرضت لها كبريات المؤسسات في أمريكا. و تزعزعت فيها الثقة بينها وبين جماهيرها، وكانت الفكرة السائدة آنذاك هي استغلال العمال بأية طريقة في سبيل زيادة الإنتاج، إلا أن هذا الحال لم يدم طويلا في ضوء انتشار الوعي بين العمال و ظهور تكتلات تجمعهم وفي تلك الظروف كان لابد من إيجاد أسلوب مبتكر والعمل بتخطيط مختلف عما كان سائدا في ذلك الزمن. كاستغلال العمال وبرز "إيفي لي" بعمله على إرساء قواعد جديدة تركز على المسؤولية الاجتماعية لعمل المؤسسة والدافع الأساسي لإرساء تلك القواعد و تغيير إستراتيجية التعامل مع العمال كانت تلك الأزمات التي حلت بتلك المؤسسات.²

على الرغم من كون العلاقات العامة تعمل داخل المؤسسة كنظام فرعي يخضع للقواعد والسياسات والثقافات السائدة، إلا أن الظروف البيئية المحيطة والأحداث الطارئة التي تتعرض لها المؤسسات بجانب رغبتها في إقامة وبناء علاقات وطيدة مع الجمهور لتسويق أنشطتها، قد أدت إلى ضرورة الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة وممارستها، والعمل على توسيع دائرة اختصاصاتهم خاصة في إدارة العلاقات والاتصالات مع الجمهور.

وقد تطورت ممارسة العلاقات العامة لتشمل مجال إدارة الأزمات، نظرا لارتباطها بالإجراءات الاتصالية مع البيئة الداخلية و الخارجية للمؤسسة، والقيام بالدراسات المسحية عن ما يحدث بها، مع إجراء الاتصالات المستمرة بالجمهور وبناء وتوطيد العلاقات معه، وهو ما يكون له الأثر الأكبر عند وقوع الأزمات، حيث تكون الإجراءات الاتصالية بالجمهور الداخلي و الخارجي ووسائل الإعلام من أكثر الجوانب أهمية عند إدارة الأزمة، كما يبرز دورها عند احتواء الأضرار الناتجة عن الأزمة لا سيما ما تعل منها بالصورة الذهنية للمؤسسة عند الجمهور وموقفه السلبي منها. لذا فان الاستعداد لوقوع الأزمات

¹ علي فلاح مفلح الزغبى و مروان بدر السميعات: المرجع سبق ذكره، ص 102 نقلا عن مكاي، 2005.

² منال محمد رحال: مرجع سبق ذكره، ص 98 - 99

يعكس جانبا على قدر كبير من الأهمية في احتواء الأضرار والتقليل منها بقدر الإمكان أو منع وقوعها وحلها قبل تطورها، وهو ما يعني ادراج الإجراءات الإستراتيجية والوقائية في التخطيط لإدارة الأزمات.¹ العلاقات العامة كما عرفها R.F.Harlow بأنها فن وعلم يبحث في كيفية إقامة علاقات طيبة بين المؤسسات من ناحية والأفراد والجماعات من جهة أخرى وتقوم على المساهمة في وضع بعض الحلول أثناء وجود بعض المشكلات بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى. فالعلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة تهدف إلى تقدير أهمية الرأي العام وترمي إلى التخطيط والتنظيم لتوضيح معالم سياستها وحقيقة أهدافها للأفراد العاملين بها ولجمهورها خارجي.²

ومن هذا التعريف يتضح أن العلاقات العامة يمكنها المساهمة في حل الأزمات وذلك ما سنلاحظه في الكثير من الأزمات بين المؤسسات، فالناظر في أدبيات العلاقات العامة أثناء الأزمات يلاحظ أنه لا يوجد حتى عام 1960 إلا قليل من المعلومات عن العلاقات العامة في الأزمات، ومن عام 1960 و حتى عام 1980 م بدأت تظهر بعض المقالات التي عالجت هذا الموضوع والتي كتبت بواسطة ممارسين للعلاقات العامة شرحوا فيها كيف واجهوا أزمات معينة بنجاح، وأخذ الاهتمام يتزايد حول موضوع إدارة الأزمات بوجه عام والعلاقات العامة في الأزمات على وجه الخصوص لأسباب كثيرة أهمها استمرار وعي الرأي العام وقوته وتطور تقنية وسائل الإعلام وقوة تأثيرها.³

ثانيا: أسباب نشوء الأزمات واستراتيجية ادارتها

1. أسباب نشوء الأزمات

تتعدد الأسباب المؤدية لنشوء الأزمات وتكون من مسبباتها ما يلي:⁴

1.1. أسباب انسانية: وتشمل:

سوء التقدير والاحترام من أهم المسببات، كما أن حب السيطرة والمركزية الشديدة، كثيرا ما تؤدي الى أزمات وتعارض الأهداف والمصالح تسرع من حدوث الأزمة.

¹ السيد السعيد: إستراتيجية إدارة الأزمات والكوارث، دور العلاقات العامة، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 13.

² محمد مصطفى كمال: العلاقات العامة بين تكنولوجيات الاتصال والأزمات، مرجع سبق ذكره، ص 84.

³ المرجع نفسه، ص 85.

⁴ ناهض فاضل زيدان الجواري : العلاقات العامة والصورة الذهنية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان ، 2016، ص 151-152 نقلا عن جاسم محمد الذهبي نماء جواد العبيدي: الاستراتيجيات المقترحة لإدارة الأزمات، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، جامعة بغداد، 2004، ص 11.

1-2- الأسباب الادارية: وتشمل:

عدم التخطيط الفعال و اتخاذ القرار بشكل عشوائي، كما أن عدم وجود أنظمة حوافز ناجحة و عدم توفر الوصف الوظيفي الجيد للمهام والواجبات. فالأزمة هي حالة انتقال من مرحلة الى أخرى يصاحبها نقص شديد في المعلومات وحالة من عدم التأكد. وهي مفتاح التطور والتغيير نحو الأفضل أو التقهقر و الهلاك. و سياسات مالية مثل ارتفاع التكاليف وضعف قدرة الرقابة.

وهذا ما يستوجب وضع برنامج أو أكثر للعمل به في ظروف الأزمة، اذا ما أراد القائمون على الواقع السياسي والاداري تقادي مصير لتقهقر و الهلاك على أقل تقدير، وبرنامج من هذا القبيل هو عبارة عن منهج يمثل تقنية تستخدم لمواجهة الحالات الطارئة التي لا يمكن تجنبها واجراء التحضيرات اللازمة لها قبل وقوعها، وهو بمعنى أكثر دقة أشبه بمحاولة تجميع المعلومات اللازمة عن مسببات الأزمة ومن ثم تحليلها واتخاذ القرار المناسب بشكل سريع وفعال.

2- استراتيجية ادارة الأزمات:

تحتاج مواجهة الأزمات الى ادارة قوية واعية لإعداد وتنفيذ خطة اجرائية سريعة وضرورية لمواجهة الموقف بصفة شاملة حتى تستطيع أن تحيط بالأزمة كلها ثم بعد ذلك تفصل الأجزاء وفق امكانياتها المادية والبشرية.¹

ويتم التعامل مع الأزمات من خلال التركيز على عدد من المتطلبات من بينها:²

- وضع تنظيم يحقق التوازن بين المهام الفنية والجوانب النفسية و الاجتماعية وتحقيق العدالة في توزيع السلطة بين المستويات الادارية ويؤكد على المشاركة الايجابية والابتكارية.
- تنمية القدرات الذاتية للنظام الاداري واستخدامها فورا في الحالات الطارئة.
- الاستعداد للتعامل مع الأزمات عن طريق اعداد وتدريب عناصر قادرة على التعامل مع الأزمات والقضاء عليها.

¹ ناهض فاضل زيدان الجوارى : مرجع سبق ذكره ،ص 173.نقلا عن محمود جاد الله : ادارة الأزمات، دار أسامة، عمان، 2010، ص

² المرجع نفسه ، الصفحة نفسها نقلا عن بشير علاق: ادارة التفاوض، اليازوتي للتوزيع والنشر، عمان 2010، ص

- تطوير وتحسين العلاقات الانسانية بين العاملين لتنمية القيم الأخلاقية والروحية والانسانية لتحقيق مفهوم صيانة النظام الاداري، حتى يمكن تجاوز الخلافات الداخلية والاستعداد لمواجهة الأزمة والقدرة على تحويل التوترات الداخلية الى مزايا واحتواء المشكلات واعادة تصحيح المسار.
- تنمية القدرة على التعلم من التجربة والخطأ ومن الظروف الصعبة التي تمر بها المنظمة.
- ولذلك تهتم الدول المتقدمة بتطبيق منهج علم ادارة الأزمات في كافة مجالات العمل، وذلك حرصا منها على اتخاذ القرارات بأسلوب علمي بما يحقق لها رؤية مستقبلية واضحة تعتمد على دقة المعلومات والتخطيط العلمي السليم لتجاوز الأزمات وحتى تمر بسلام كافة الصعوبات التي تواجهها.

ثالثا: دور العلاقات العامة في ادارة الأزمات

الأزمة الحقيقية واقعة، لا يمكن انكارها، ولا يمكن التوصل منها، فإنكارها والتوصل والهروب منها يعتبر فشلا، وهذا ما يسمى بالتحرك من وضع سيء الى أسوأ ثم تجاهله، فاذا تم تجاهل الأزمة فان وضعية المؤسسة ستصبح أكثر سوءا. وللعلاقات العامة أدوار عدة داخل المؤسسة، وتعمل في أكثر من اتجاه فالتعامل مع المشكلات، وحرصها على تصحيح الأوضاع التي تسببها المشكلات، من أهم الأدوار التي تقوم بها، اضافة الى دورها وجهودها المستمرة في التنبؤ بالأزمات، والحرص على عدم وقوعها، وذلك من خلال التخطيط للمستقبل، وتقدير النتائج وتقييم السياسات و يتسع مفهوم العلاقات العامة المعاصرة، ليشمل دورا لها في ادارة الأزمات و الكوارث، بل ان دورها أثناء الأزمات و الكوارث من أكثر الأدوار فاعلية، وأكبرها تأثيرا في أية مؤسسة مهما تعددت اختصاصاتها أو اختلفت أغراضها عن غيرها.¹

1- ادارة العلاقات العامة لما قبل الأزمة:

ان التحديات التي تواجه علم ادارة الأزمات تتمثل في محاولة التعامل مع الأزمات قبل حدوثها، وتعتمد هذه المرحلة على عملية التخطيط، والتي تمثل الركيزة الأساسية لأي ادارة فعالة للأزمات، فالتخطيط يهدف الى المساهمة الفعالة في منع حدوث الأزمات المحتملة، والتحضير للرد عليها في حال حدوثها. ويتحقق ذلك من خلال:²

¹ علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره ص 271

² منال محمد رحال: مرجع سبق ذكره، ص 99.

1-1-1-الوقاية من الأزمات: تعد الوقاية في مفهومها البسيط هي القدرة على تجنب المخاطرة، والحيلولة دون حدوثها، وهي تحتاج في بداية الأمر الى اعداد قائمة بأولويات الأزمات المحتملة أو ما يعرف " بالنتبؤ بالأزمات المحتملة"، اذ تعتبر هذه الخطوة قاعدة أساسية لاتخاذ اجراءات وقائية في منع حدوث الأزمات.¹

1-1-1-1-النتبؤ بالأزمات المحتملة:² يعد النتبؤ هو الخطوة الأولى في الطريق الصحيح لمواجهة الأزمة عن طريق التخطيط ، ويعتبر تحديد الأزمات التي من المحتمل أن تواجهها المؤسسة من المهام الرئيسية لإدارة الأزمات، ومن أخطر العناصر الأساسية في التخطيط لها.

1-1-2- تحديد الأزمات المحتملة.³

1-2- الإعداد لإدارة الأزمة:

يهدف قيام ادارة العلاقات العامة بالإعداد لإدارة الأزمات الى أن تكون مهياًة لمواجهة مختلف الأزمات التي يمكن أن تتعرض لها، والرد عليها بطريقة سليمة وفي اطار التأسيس لإدارة الأزمات، يتوجب على مدير العلاقات العامة القيام بعدة مهام نذكر منها:

- المحافظة على علاقات وثيقة مع وسائل الاعلام في جميع الأوقات.
 - اختيار شخص ليكون مديرا للأزمات.
 - تعيين عدد من الأعضاء كفريق لإدارة الأزمات، مع تحديد أدوارهم، والاجراءات الواجب اتخاذها والسيناريوهات المحتملة.
 - تعيين متحدث رسمي باسم المؤسسة للتعامل مع وسائل الاعلام. كما تتمثل عملية الاعداد لإدارة الأزمات في اعداد الخطط التي يتم الاسترشاد بها عند وقوع أزمة ما.⁴
- وقد بينت دراسة استطلاعية في فرنسا في عام 2004 أن 89 % من أصل 58 مؤسسة لديها فرق ادارة الأزمات.

¹ منال محمد رحال: مرجع سبق ذكره، ص 99-100.

² علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره ص 137

³ منال محمد رحال: المرجع سبق ذكره ص 100-101.

⁴ مصطفى يوسف كافي: العلاقات العامة وادارة الأزمات والمراسيم، مرجع سبق ذكره، ص 138.

2- إدارة العلاقات العامة أثناء الأزمة:

تركز هذه الجزئية على اجراءات التخطيط لمرحلة حدوث الأزمة، وما يقوم بتنفيذه مسئولو العلاقات العامة بالمؤسسة، حيث تتركز الاجراءات على جوانب التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي بفئاته المختلفة وجمع المعلومات عن الأزمة وقد تطرق اليها الدكتور السيد السعيد فيما يلي:

2-1- جمع المعلومات والتعامل مع الحدث فور حدوثه في كل الأحوال يفترض أن يكون لدى العلاقات العامة خطط اتصالية جاهزة للتعامل مع الأزمات حين وقوعها، تلك الخطط مشتملة على كل أنواع الاتصالات مع الجمهور الداخلي والخارجي ووسائل الاعلام، وتشمل أيضا المتحدث الرسمي الذي يتعامل مع الجمهور، لذا فان أول خطوة هي تقديم خطة الاتصالات وإعدادها للتنفيذ (Adams, 2000 : 26)، حيث يظهر اللاحاح والضغط من جانب وسائل الاعلام والجمهور لمعرفة المعلومات والأخبار المستجدة عن الأزمة). ومتفق عليه أن العلاقات العامة تقوم بداية بتلبية الاحتياجات الضرورية من خلال جمع المعلومات عن الأزمة والاتصال بالسلطات المسؤولة وبالجمهور المتأثر بالأزمة أو الجمهور الذي يحتاج الى المعلومات عن الأزمة.¹

2-2- تحديد الاستراتيجية الاتصالية ونوع الخطاب المناسب لموقف الأزمة: منذ أبدا خبراء العلاقات العامة اهتمامهم بدراسة استراتيجيات العلاقات العامة، وتناولها من حيث أنها تهدف الى تبيان أساليب العمل في العلاقات العامة، فقد قدموا عددا من الاستراتيجيات التي يستخدمها مسئولو العلاقات العامة بصفة مستمرة في نشاطهم حيث تتنوع تلك الاستراتيجيات: استراتيجية التركيز عند تحقيق هدف معين بصورة عاجلة، استراتيجية المفاجأة في حالة الطوارئ عند ادارة تلك المواقف، استراتيجية المشاركة بين العاملين والادارة، استراتيجية ملتقى الطرق واختيار المواعيد و الأماكن الهامة، واستراتيجية الاخفاء عند تقديم أنشطة العلاقات العامة.²

2-3- التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي وأهالي المتضررين: في حال وقوع أزمة يعمل ممارس العلاقات العامة على تحديد الجماهير التي تمثل أطراف الأزمة، سواء يتمثل في الجمهور الداخلي أو الخارجي وخاصة منها الأشخاص المتأثرة بالأزمة التي تحتاج الى معلومات ويجب مراعات عدة أمور لعل أبرزها:

¹ يوسف: 2002، ص 122-123.

² علي عجرة: 1983، ص 155.

- العمل على اعلام الجمهور عن حدوث الأزمة والتأكيد لهم عن توصيل المعلومات وشرح التفاصيل تباعا.
- ضرورة تطبيق الاتصال ذي الاتجاهين من خلال اعلام الجمهور بكيفية الوصول الى المؤسسة للاستفسار عن الأزمة.
- تنوع وسائل الاتصال بما يتناسب وطبيعة وخصائص الجمهور.
- ضمان الاتصال بالعاملين والجمهور الداخلي لتحقيق المصادقية في ادارة الأزمة.

2-4- التعامل مع وسائل الإعلام: ان وسائل الاعلام في الأزمة سلاح ذو حدين، فهي اما أن تساهم في احتواء الأزمة والحد من آثارها السلبية ومساندة موقف المؤسسة وإما تتسبب في حدوث أزمة مصادقية وتشويه الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها والرأي العام بصفة عامة وإثارته ضد موقفها وما تقدمه من خدمات. وهذا ما يجعل القائمين على العلاقات العامة والمؤسسة يجب أن ينتبهوا الى ضرورة اعداد استراتيجية اتصالية محكمة تهتم بكيفية التعامل مع وسائل الاعلام.¹

3- إدارة العلاقات العامة لما بعد الأزمة:

تتميز أنشطة العلاقات العامة بالاستمرارية، ولا تنتهي بانتهاء الموقف أو القضية أو المشكلة أو الأزمة، إذ تستمر أعمالها لأبعد من ذلك، من خلال متابعتها لتلك المواقف أو القضايا ودراستها لأبعادها المتعددة، فقد تكون هناك مخاطر من الممكن أن تسبب نفس الأزمة مرة أخرى. ومما لاشك فيه أنه ليس بانتهاء الأزمة تنتهي مهمة ادارة العلاقات العامة للأزمات في المؤسسة، بل تعتبر مرحلة ما بعد الأزمة مهمة جدا في ادارة الأزمات، لأنها تمكن من تحسين قدرات المؤسسة في الوقاية من حدوث الأزمات المستقبلية والاستعداد لها، ومن بين مهام العلاقات العامة بعد انتهاء الأزمة ما يلي:² دراسة أسباب الأزمة، التخطيط لإعادة الأمور داخل المؤسسة الى ما كانت عليه قبل حدوث الأزمة، وضع برامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة ان حصل فيها تأثير معين، اعادة تأهيل العاملين في المؤسسة نفسيا لمحو الآثار النفسية للأزمة، اعادة ترتيب المؤسسة بعد زوال الأزمة، العمل على ازالة رواسب الأزمة بالنسبة لجمهور المؤسسة الخارجي.³

⁽¹⁾ السيد السعيد عبد الوهاب محمد، إستراتيجية إدارة الأزمات والكوارث، دور العلاقات العامة، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 133-142.

⁽²⁾ منال محمد رحال: مرجع سبق ذكره، ص 105.

⁽³⁾ مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص ص 140-141.

4- تقييم الأزمة:

عند زوال الأزمة يجب على العلاقات العامة أن تتعرف على مدى نجاحها وفعاليتها في مواجهة الأزمات ومدى تأثير المؤسسة وسمعتها بنتائج الأزمة، وتتطلب هذه العملية عددا من الاجراءات أبرزها ما يلي:¹

- استقصاء رأي الجمهور الداخلي للمؤسسة بهدف محاولة التعرف على آراءهم حول الاجراءات التي اتبعت في الأزمة وكذا الاستفهام حول وجود نقائص فيها.
- استقصاء رأي جماهير الخارجية التي لها علاقة بالمؤسسة مما يسمح بأخذ صورة عن وجهة نظرهم واقتراحاتهم فيما يخص التعديلات التي يجب ادخالها على الخطة وخاصة فيما يتعلق باتصالات الأزمة.
- استقصاء رأي وسائل الاعلام: لمعرفة رأي المسؤولين فيها عن طرق وأساليب ابلاغهم بالأزمة، ومدى وفرة المعلومات التي تم طلبها ودرجة انسيابيتها لتصل اليهم وهذا بغرض معرفة مدى نجاح اجراءات الاتصال مع وسائل الاعلام المختلفة.
- تقييم أسلوب ادارة الأزمة ذاته.

5- نماذج للعلاقات العامة في إدارة الأزمات

أخذت بعض الجمعيات المتخصصة في العلاقات العامة مثل الجمعية الدولية للعلاقات العامة والجمعية الأمريكية للعلاقات العامة تهتم بإقامة الندوات والمحاضرات و الحلقات الدراسية عن العلاقات العامة ودورها في الأزمات، وعمدت الكثير من الجامعات وخاصة الجامعات الأمريكية على تدريس العلاقات العامة في الأزمات كمادة مستقلة، ثم أصبح للعلاقات العامة أو الاتصالات في الأزمات مهام ووظائف راسخة ليست مجال جدال أو تشكيك، وعزز هذا الدور موضوع (إدارة القضايا) كمجال حديث نسبيا أسند في الغالب إلى وظائف العلاقات العامة، ويوجد عدد لا بأس به من النماذج حسب ترتيبها الزمني منها نموذج "مارا" نموذج "هرد".²

¹ مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 141.

² المرجع نفسه، ص 141.

رابعاً: ادارة اتصال الأزمة في المؤسسات الصحية

تواجه المؤسسات الصحية أزمات متكررة، مثل الجوائح، الكوارث الطبيعية، الحوادث الجماعية، أو انقطاع الموارد الأساسية، وفي كل هذه الحالات يكون الاتصال عنصر حاسم في نجاح أو فشل الاستجابة، إذ لا تنجح ادارة الأزمة بدون تدفق سريع، دقيق، ومنسق للمعلومات بين جميع المعنيين داخل المؤسسة و خارجها.

أ- خصائص الاتصال في الأزمات الصحية:

يتسم الاتصال في ادارة الأزمات الصحية بعدة خصائص أبرزها: السرعة والدقة في نقل المعلومة، الوضوح والشفافية لتجنب الاشاعات والمعلومات الخاطئة، الانسيابية والتنسيق بين المستويات الادارية المختلفة، التوجيه وطمأنة الموظفين والمرضى ومرافقيهم، الاستباقية والاستعداد، وعدم اقتصار ادارة الاتصال والأزمة على ردود الفعل فقط.¹

مما يحتم على مسؤولي العلاقات العامة في المنظمات أن يلعبوا دورا استراتيجيا في ادارة الأزمات التي قد تحدث للمنظمات التي يعملون بها.²

ب- أهداف الاتصال في الأزمات الصحية

وتحدد خلية الأزمة بالمؤسسات الصحية أهداف الاتصال في الأزمات وهذه الأهداف أهمها:³

- توحيد الرسائل الصحية والادارية.
- تحفيز العمل الجماعي بالمؤسسة والتقيد بالانضباط.
- تسهيل اتخاذ القرار وتوزيع الأدوار بفعالية.
- ادارة الخوف والحد من القلق لدى العاملين للحد من أثرها على أدائهم وطمأنة المجتمع.
- تحسين التنسيق مع الأطراف الخارجية (وزارة الصحة ، الحماية المدنية، الاعلام)

¹ (رؤوف بوقفة: الاتصال التنظيمي في المؤسسات الصحية، د.ب، د.ت، ص 45.

² (عبد الباري ابراهيم الدرة و نبيل خليف المجاني: العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحى نظامي واستراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 379.

³ (رؤوف بوقفة: المرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

ج- وسائل الاتصال أثناء الأزمات الصحية

هناك عدة وسائل اتصال تستخدمها المؤسسات الصحية أثناء الأزمات الصحية وهي:¹

1- البريد الالكتروني الداخلي السريع و الأمن.

2- الرسائل النصية الجماعية.

3- المؤتمرات الافتراضية لتنسيق الفرق الطبية الصحية.

4- الملصقات والرموز البصرية للتوجيه داخل المستشفى.

5- منصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور.

6- المكالمات اللاسلكية خاصة في الحالات الميدانية.

د- بيئة العمل في المؤسسات الصحية

تعتبر بيئة العمل في المؤسسات الصحية من أكثر البيئات تعقيدا وتداخلا، حيث تتقاطع فيها الأبعاد الطبية والادارية، وتتطلب مستوى عاليا من التنسيق والتواصل الفعال² وهو ما يضمه جهاز للعلاقات العامة (خلية الاعلام والاتصال) وتتميز المؤسسات الصحية بتركيبية بشرية متنوعة، وتخصصات دقيقة، وضغوط مستمرة. مما يجعل الاتصال عنصرا حاسما³ و العلاقات العامة جهاز حيوي لضمان سير العمل وتقديم خدمة صحية آمنة وعالية الجودة في الوضع العادي وعند حدوث الأزمات.

هـ- الخصائص التنظيمية للمؤسسات الصحية

تتميز المؤسسات الصحية بمجموعة من السمات التي تميزها عن بقية المؤسسات:

• العمل التخصصي المتداخل: اذ يضم المستشفى عدة تخصصات (الجراحة، الطب الداخلي،

التمريض، المخابر... الخ) تحتاج الى تنسيق دائم لتعمل في انسجام لتحقيق أهداف المؤسسة.

¹ (رؤوف بوقفة: مرجع سبق ذكره، ص 46.

² (المرجع نفسه، ص 15.

³ (المرجع نفسه، نفس الصفحة.

- التركيبة الهرمية المتعددة المستويات: من الوزير (على مستوى الوزاري) أو المدير العام (الإدارة العليا للمؤسسة الصحية) إلى الطبيب المقيم و الممرض، والمتدرب¹ (فرق العمل من أطباء مختصين وعامين وممرضين على مستوى المؤسسة الصحية). ومشاركتهم كل حسب موقع عمله في مواجهة الأزمات الصحية.
- الطبيعة المزدوجة للمؤسسة: طبية وإنسانية من جهة وإدارية واقتصادية من جهة أخرى.
- الحساسية العالية للقرارات أي خطأ قد يؤدي إلى مضاعفات خطيرة² أضرار جسيمة قد تؤدي إلى فقدان الحياة.
- التشغيل المستمر للمرفق العام 24 ساعة على 24 ساعة و 7 أيام على 7 أيام: تستدعي دوام الاتصال على مدار الساعة³ و تواصل وتنسيق جهاز للعلاقات العامة الآني خاصة بعد تشكيل خلية أزمة وإدارتها لها في حال حدوثها.

خامسا: دور العلاقات العامة في مواجهة أزمة وباء كورونا COVID-19

ان ظهور فيروس كورونا أو ما عرف بمرض كوفيد 19 في مدينة ووهان الصينية أواخر العام 2019، ومن ثم انتشاره على المستوى العالم في مارس 2020 حسب توصيف منظمة الصحة العالمية، لم يكن حدثا عاديا، بل شهد العالم على اثر ذلك أكبر أزمة شغلت البشرية و أكبر حالة طوارئ صحية منذ مطلع القرن العشرين وأصبح الاعلام أبرز مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور وطرفا رئيسيا لا يمكن الاستغناء عليه في ادارة هذه الأزمة. اذ تطلب الأمر تنسيقا دائما وتناغما شاملا مع كل القطاعات والمؤسسات خاصة الصحية منها، كما حظي الاعلام الصحي بمكان مميزة وعاد مجددا للواجهة بعد فترة تراجعت فيها أداءه لأدواره التوعوية والتثقيفية⁴.

¹ رؤوف بوقفة: مرجع سبق ذكره، ص 15.

² المرجع نفسه، نفس الصفحة.

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

⁴ بتول السيد مصطفى، مرجع سبق ذكره، د. صفحة.

ومما شد انتباه المختصين أن الأزمة الصحية فرضت واقعا اعلاميا جديدا، ومثلت اختبار حقيقي لوسائل الاعلام من الناحية المهنية والانسانية، بالنظر للتدفق الغزير للمعلومات عن الجهات المعنية بالشأن الصحي، ما تطلب اعلاما قويا ذا مصداقية وجمهورا نشطا لابد أن تكون له القدرة على الغربة ، وشهد الاعلام تغيرا في وظائفه و أجندته ورسائله مواكبة لها، اذ قامت بتسبيق المسؤولية على الفوضى و العشوائية و تضاعف الاهتمام الجماهير بالمضامين الجدية، على عكس الاهتمام بمواضيع الترفيهية وبرزت العقلانية في مواجهة العاطفة، وان ارتبط بعوامل عدة من بينها أنماط المعالجة الاعلامية و طبيعة المصادر المشتقات منها المعلومة وأهمية اكتساب المصداقية والجاذبية وغيرها.¹

1.التعريف بجائحة كورونا:

يصنف فيروس كورونا ضمن فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والانسان، ويسبب عدد منها حالة عدوى الجهاز التنفسي لدى البشر، التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة الى الأمراض الأشد خطورة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة «السارس» . أما "كوفيد 19" فهو مرض معدي ناجم عن الاصابة بفيروس "كورونا" المستجد (الأونروا، 2020) و COVID-19 هي التسمية العلمية للمرض، والمشتقة من الكلمات الانجليزية التالية: CO أول حرفين من Corona " كورونا"، VI أول حرفين من Virus "فيروس"، D أول حرف من Disease "مرض". ولم يكن هناك أي علم بوجود فيروس " كورونا " المستجد قبل اندلال الفاشية بمدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، ووصولها في غضون أسابيع قليلة الى عدد من دول العالم ومصطلح "الفاشية" مشتق من النقشي والانتشار، أي زيادة أعداد المصابين بالمرض في منطقة جغرافية محددة أو مجتمع معين عن العدد المتوقع. وهو معنى مقارب للوباء الذي يمثل حالة من الانتشار السريع للمرض في رقعة جغرافية معينة فوق المعدلات الطبيعية المعتادة (الرسام، 2020).²

الاشتقاق الدقيق لمصطلح كورونا : ان المصطلحات العلمية الخاصة بالطب تأخذ مصطلحا دقيقا قادمًا من منشئها أو مصدرها الحقيقي، ومع ظهور الوباء أواخر 2019 ظهر معه مصطلح " كورونا" كتسمية أساسية لفيروس يصيب الجهاز التنفسي أو بالأحرى التهاب رئوي، علما أن الوباء قدم من الشرق وبالتدقيق من مدينة ووهان الصينية، الا أن الفيروس بتسميته العامة أخذ من اللغة الأكثر تداولًا في العالم

¹ بتول السيد مصطفى، مرجع سبق ذكره، د.د. صفحة.

² مرجع سبق ذكره، د.ص.

وهي اللغة الانجليزية بسبب انتشاره السريع عبر أرجاء العالم، وهذا ما نجده في كثير التعريفات اذ يشتق اسم كورونا Coronavirus من الكلمة اللاتينية (Corona) وتعني بالعربية التاج أو الاكليل أو الهالة، ويشير الاسم الى الشكل المميز للفيروس تحت المجهر الالكتروني (جسم كروي يحتوي على بروتات أو زغبات سطحية بصلية) ، وفي اللغة العربية تعتبر تسمية (فيروس كورونا) الأشيع وهي الأكثر استخداما سواء بين عامة الناس أو المختصين بالطب والعلوم، والأدق هو تسميته بالفيروس التاجي أو الفيروس المكلل أو فيروس الهالة.¹

2. الفرق بين المصطلحين كورونا وكوفيد-19

يعتقد الكثير من العامة أن مصطلح كورونا هو التسمية الجديدة للوباء الذي حل بالعالم أواخر 2019 م أي فيروس المستجد كوفيد -19 ، الا أن هذا الأخير كوفيد - 19 ، هو من عائلة فيروسات كورونا فكورونا ليست مصطلح وليد 2019 م أو 2020 م وإنما ظهر قبل سبعة عشر سنة، وأشارت اليه منظمة الصحة العالمية سنة 2003 م، فالكثير من العامة يطلقون عليه مصطلح كورونا وكورونا في الحقيقة هو المصطلح العام لمجموع فيروسات التاجية التي ظهرت منذ سنين وتخص الالتهاب الرئوي أو متلازمة الشرق الأوسط التي تخص فيروس سارس الذي اكتشفه طبيب منظمة الصحة العالمية " الدكتور كارلو أرباني" في التاسع وعشرين من شهر مارس 2003 م، وأعلنت منظمة الصحة العالمية وفات الدكتور " أرباني " الذي اكتشف أول حالة من حالات هذا المرض.² الذي هو مرض سارس وهو من عائلة فيروسات كورونا.

3. الوضعية الوبائية في الجزائر:

منذ 3 جانفي 2020 م والى غاية 27 جوان 2022 م، تم تسجيل 266049 حالة مؤكدة بفيروس COVID-19 مع 6875 حالة وفاة، حسب مصادر المنظمة العالمية للصحة. اعتبارا من 19 جوان 2022 م تم اعطاء ما مجموعه 15205854 جرعة لقاح ضد فيروس كورونا مع 6851660 شخص الذين تم تطعيمهم بالكامل ما يقابل 15.9 % من مجموع السكان المستهدفين (18 سنة فما فوق).

¹ (خيرة بوخاري: الوباء العالمي كوفيد 19- بين المد والجزر وتأثيره على المستويات العالمية - التحديات والآفاق- ، دار خيال للنشر والتوزيع، برج بوعربريج، الجزائر، 2021، ص 71.

² (المرجع نفسه، ص 72.

ظهرت المتغيرات الأولى المثيرة للقلق (VOC) من نهاية عام 2020 م. نذكر متغير Alpha وبتغيرات Beta وGamma وبتغير Delta وبتغير Omicron هو آخر المركبات العضوية المتطايرة التي ظهرت.

حيث أصيب جزء كبير من السكان البالغين بفيروس COVID-19 والغالبية العظمى كانت في يناير 2022 م بالتزامن مع اكتشاف المتحور Omicron -B.1.1.529- ثم لوحظ انخفاض تدريجي ومعتبر. ومع اعتبار الوضع مقلقا في تلك الفترة لأن تداول الفيروس SARS-Cov-2 يستمر في التقدم بظهور السلالة الفرعية BA.2 لمتغير Omicron ومؤخرا لوحظ استبدال تدريجي لـ BA.2 مع زيادة في الكشف عن BA.5 وBA.4 في العديد من البلدان الأجنبية، ولا سيما في جنوب إفريقيا، البرتغال، إنجلترا، الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، فرنسا.

ويعد التلقيح من أهم الإجراءات الرئيسية لاحتواء الوباء و مواجهة جائحة COVID-19 وحماية السكان وخاصة الوقاية من الأشكال الخطيرة للمرض، العلاج بالمستشفيات ولاسيما من الوفاة. لذلك يجب تكثيف جهود التلقيح لتحسين التغطية بشكل أسرع، لاسيما الجرعات المنشطة لدى الأشخاص المؤهلين خاصة المصابين بالأمراض المزمنة أو بالقصور المناعي.

كما تستمر لقاحات COVID-19 الحالية، المستندة للسلالة الأصلية من SARS-Cov-2، في اظهار حماية ضد الأشكال الخطيرة والوفاة، ضد جميع متحورات الفيروس التي لوحظت حتى الآن وتشير منظمة الصحة العالمية OMS الى أن ظهور متحورات مثيرة للقلق أدى الى انخفاض الحماية. لذلك توصي بتقييم ما إذا كانت اللقاحات المضادة لـ COVID-19 المكيفة مع المتحورات ولاسيما Omicron ستكون أكثر فعالية.¹

وفي ذات السياق يضل التلقيح وتطبيق اجراءات الوقائية ضروريين للحد من انتشار الوباء وحماية الأشخاص الأكثر ضعفا. احترام التدابير الأخرى الموصى بها أمر ضروري أيضا في حالة ظهور أعراض أو الاختبار الايجابي أو الاتصال المعرض لخطر الاصابة بالفيروس ، الى غاية انحصار الوباء وزواله.

¹ (موقع الالكتروني للوكالة الوطنية للأمن الصحي تصفح يوم 2024/09/07 الرابط <https://nssa.el-mouradia.dz/corona>)

4-الوقاية من المرض:¹

- التطعيم واحترام جدول التطعيم الكامل.
- الخضوع الى اختبارات كشف المرض والعزل في حالة تأكد الاصابة به.
- الحفاظ على التباعد الجسدي بمسافة لا تقل عن مترين والحد من الاتصال المباشر مع الآخرين قدر الامكان.
- تجنب الحشود والتجمعات.
- الالتزام بارتداء الكمامة وتجنب ملامسة العينين والفم والأنف.
- تنظيف وتعقيم الأشياء والأسطح التي تتعرض للمس بشكل متكرر.
- تهوية الأماكن المغلقة.
- غسل اليدين كثيرا بالماء والصابون لمدة 20 ثانية الأقل.
- استخدام مطهر الأيدي ذو أساس كحولي يحتوي على الكحول بنسبة 60% على الأقل إذا لم يتوفر الماء والصابون.
- تغطية الفم والأنف بمنديل عند السعال أو العطس.
- تجنب الاختلاط بالمرضى المصابين بأعراض تنفسية.
- عدم السفر عند وجود أعراض مرضية.

5- دور الاتصال والعلاقات العامة في مواجهة الأزمة الوبائية(COVID- 19) في الجزائر

- ✓ انشاء خلية لرصد و متابعة انتشار وباء COVID- 19 تتكون من أطباء مختصين في علم الأوبئة.
- ✓ هذه الخلية لها ناطق رسمي يقدم يوميا آخر الاحصائيات المتعلقة بـ 24 ساعة الأخيرة والتوجيهات والاجراءات والتدابير الصحية الوقائية التي يجب أن يلتزم بها المواطن.
- ✓ ايلاء اهتمام خاص بالقائمين بالاتصال الناطقين بالاسم الحكومة (وزير الاتصال) والقائم بالاتصال برئاسة الجمهورية وكذا على مستوى وزارة الصحة أين شهدت هذه الفترة تنشيط وزير الصحة ندوات صحفية واستضافته في عديد الحصص التلفزيونية وقيامه بمتابعة ميدانية لتطور الوضعية الوبائية من خلال زيارته لعدد المستشفيات المخصص للرعاية الصحية المركزة للمصابين بوباء-COVID 19 بثت في نشرات الأخبار للتلفزيون الجزائري و القنوات التلفزيونية الخاصة.

¹ (موقع الالكتروني للوكالة الوطنية للأمن الصحي تصفح يوم 2024/09/07 الرابط <https://nssa.el-mouradia.dz/corona>

- ✓ وكذا استضافة الأطباء المختصين في علم الأوبئة رفقة أعضاء لجنة رصد انتشار وباء كورونا للقيام بالتعريف بالوباء و أعراضه وخطورته على الصحة العامة وإبراز التدابير الصحية الوقائية الواجب الالتزام بها لتجنب الإصابة به.
- ✓ الحرص على انسيابية المعلومة من خلال تنشيط قنوات الاتصال بمختلف أنواعها: السمعية البصرية كالتلفزيون و الإذاعة، الصحف الورقية و الالكترونية ووسائل الاتصال المختلفة: مواقع الكترونية للوزارة ومديريات الصحة والسكان والمؤسسات الصحية والجوارية التابعة لها و مواقع التواصل الاجتماعي لهذه المؤسسات والتي لعبت دور مهم في نشر التوعية الصحية من خلال بث الارشادات والتوجيهات الطبية من المختصين عبر فيديوهات وصور وبيانات صحفية وتقديم الحصيلة اليومية لعدد الاصابات حتى تمكن المواطن من الاطلاع على آخر المستجدات ومحاربة الاشاعات لتجنب التهوين مما قد يساهم في عدم التقيد بالتدابير الوقائية مما يزيد في انتشار الوباء أو التهويل الذي قد يؤدي الى تأزم الوضعية كالإقبال على تخزين الغذاء بسبب التخوف من الندرة أثناء الحجر الصحي في بعض الولايات التي عانت في فترة معينة من كثرة الاصابات.
- ✓ وبتفعيل الاتصال المؤسسي أثناء الأزمة البائية بتفعيل خلايا الاعلام والاتصال بالمؤسسات الناشطة في القطاع الصحي سواء على المستوى المركزي أو على المستوى المحلي.
- ✓ استحداث الوكالة الوطنية للأمن الصحي والتي وضحت صلاحياتها وتنظيمها وسيرها المرسوم الرئاسي رقم 20-435 المؤرخ في 15 جمادى الأولى عام 1442 هـ الموافق لـ 30 ديسمبر سنة 2020 م (العدد الأول من الجريدة الرسمية سنة 2021 م).

سادسا: دور العلاقات العامة في الحد من انعكاسات أزمة وباء كوفيد 19 على جمهور القطاع الصحي في الجزائر

1. طبيعة جمهور القطاع الصحي

ان للمؤسسات الصحية دور كبير في عملية التغير والتطور الحاصل في مختلف الجوانب الاقتصادية والثقافية و الاجتماعية و يقع العبء الأكبر في تحقيق أهداف المؤسسة الصحية وعملية التغير على عاتق الجمهور الداخلي للمؤسسات الصحية المتمثل في الأطباء ومساعدتهم والفنيين والمرضى والصيادلة والاداريين والكتابة والكادر المساند وغيرهم من العاملين فيها. وأثناء دراسة جماهير

المؤسسات الصحية تظهر أهمية تحديد أهداف هذه المؤسسات حتى يستطيع رجل العلاقات العامة على ضوءها تحديد أهداف جماهير المؤسسات الصحية وتتمثل أهداف المؤسسات الصحي فيما يلي:

1-الخدمات الصحية الوقائية

2-الخدمات الصحية العلاجية

3-المهام التعليمية والبحث العلمي

وحتى تستطيع تحقيق هذه الأهداف فيجب عليها أن تهتم بجمهورها الداخلي عن طريق تحديده والتعرف على مشاكله ودراسته بشكل علمي ومحاولة التأثير فيه بما يحقق أهدافها وأهدافه في آن واحد.¹

وفيما يخص الجمهور الخارجي للقطاع الصحي فهو يشمل جميع أفراد المجتمع في مؤسسات الرعاية الصحية الذين يتعاملون بشكل أو بآخر مع مؤسسات هذا القطاع. ويعتبر السكان المستفيد من خدمات مؤسسات الرعاية الصحية الجمهور العام لهذا القطاع ويتشعب هذا الجمهور الى مجموعات مختلفة من الجماهير النوعية " كجمهور الأطفال" و " جمهور السيدات" و " جمهور الشباب" أو كجمهور الطلبة" و "جمهور الموظفين" و "جمهور العمال" ... وغيرهم.²

1-1- ماهية جمهور العلاقات العامة

للعلاقات العامة مجالان هما: المجال الداخلي والآخر الخارجي وبينما يتعامل اختصاصيو العلاقات العامة في المجال الداخلي مع موظفي المؤسسة التي ينتمون إليها، ويحرصون على زرع بذور الثقة بين المستخدمين ورؤسائهم، ويعملون على زيادة انتماء هؤلاء المستخدمين الى مؤسساتهم، ويتم ذلك من خلال تزويدهم بمعلومات صحيحة والقيام بالأنشطة تساعدهم على توثيق الصلات الاجتماعية فيما بينهم وفي المجال الخارجي فان جمهور العلاقات العامة هو الجمهور الذي تعيش في بيئته المؤسسة وتتعامل معه وسائل الاعلام، ولذا فهو جمهور واسع ومتنوع الاهتمامات والمصالح، ويعيش في جو لا يخلو من المنافسة ولذا فان مسؤوليات رجل العلاقات العامة في هذا المجال تكون كبيرة وترتبط بطبيعة المؤسسة ونشاطها وأهدافها.³

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: مرجع سبق ذكره، ص 111-112).

² (المرجع نفسه، ص 113-114).

³ (صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2006، ص 409)

وفي كتابه " وسائل الإعلام " يصف الأستاذ في جامعة ستانفورد " بيل ريفرز Bill Rivers " التنوع المتواصل واللامتناهي للجمهور على النحو التالي:¹

" هناك أعدادا من الجماهير تماثل المجموعات ذات المستويات المتنوعة في الدخل، والتعليم والذوق والإدراك العام بقدر ما توجد جماعات ذات ولاءات سياسية ودينية مختلفة إلى آخره. إن ما يثير اهتمام أو يقنع جمهور واحد قد يبدو تافها لا قيمة له لجمهور آخر، وعلاوة على ذلك فإن تحديد وتعريف كل جمهور ليس تعريفا ثابتا جامدا أبدا، فهو يتغير بقدر تغير القضايا والمواضيع، إذ عندما تنتخب كاليفورنيا حاكما لها، فإن الطالب الجامعي بلوس أنجلوس يصبح عضوا في جمهور أكبر وأكثر تنوعا والذي يتضمن عامل بمؤسسة تحميل السفن في سان فرانسيسكو ويستنتي الأستاذ الجامعي في جامعة مين « maine ». ولكن عندما يكون التعليم العالي في الولايات المتحدة هو القضية الملحة، يصبح الطالب الجامعي عضوا في الجمهور الذي يضم الأستاذ ولكنه يستنتي العاملين من هذه القاعدة ذلك العامل في تحميل السفن الذي تدرس ابنته في جامعة ايداهو (Idaho) وهكذا يكون التنوع في إطار الجماهير مذهلا.

ويتضح أن كل فرد منا ينتمي إلى جمهور مختلف، فإذا كنت طالبا فإنك بالطبع تنتمي إلى جمهور يشكل أهمية للجامعة أو الكلية التي تدرس فيها وإذا ما أوشكت على التخرج، فإنك تنضم إلى جمهور مهم بالنسبة للمستخدمين الواعدين في المجتمع على سبيل المثال لا الحصر.

اذ أن كل فرد ينتمي إلى جماهير متعددة فإن كل مؤسسة ينبغي أن تتصل بالعديد من الجماهير بدءا من الزبائن والعلماء والمزودين وانتهاء بالمستخدمين وحملة الأسهم. فكاتب العلاقات العامة المختص بشؤون الجامعة يكتب لأعضاء هيئة التدريس بها والطلاب والإداريين والخريجين والمتبرعين وقادة المجتمع والمشرعين وأنصار وعشاق الرياضة. أما كاتب العلاقات العامة المختص بشؤون المرشح السياسي فيكيف الرسائل الإعلامية لجامعي الأموال والناخبين والمراسلين الإعلاميين والعاملين في دوائر انتخابية.

ولعل ما يعنيه ازدياد وتعاضم الوسائل التكنولوجية الالكترونية في العالم أن جماهير عشوائية غير مستهدفة أو جماهير في طول البلاد وعرضها يمكن أن تستلم الرسائل الاتصالية. ولهذا فإن معرفة هذه الجماهير والدراسة بهم، وتقدير ردود أفعالهم المحتملة يعد أمرا هاما للغاية، وذلك لأن سوء الفهم قد يكون سببا من أسباب وقوع الأزمات. وكمثال على ذلك إن انتقادا طارئا يواجه شخصية سياسية أو اقتصادية

¹ (دوج نيوسوم وبوب كاريل: الكتابة للعلاقات العامة، ط1، دار الكتاب الجامعي غزة، فلسطين، 2003، ص 29-31.

رفيعة المستوى قد يميز المواطنين في أمة. بطريقة قد تؤدي إلى سخط عندما يشاهدونه على الشاشة التلفاز أو ترد في وسائل الإعلام الأخرى مثل هذه الزلة الاتصالية يمكن أن تعرض المفاوضات التجارية إلى الخطر مثلاً.

إن الجمهور على درجة عالية من الاختلاف و التنوع، بحيث يجد العاملون في حقل العلاقات العامة أن من المفيد تقسيم الجماهير العامة التي يتعاملون معها إلى قسمين عريضين: داخلي وخارجي، فالجماهير الداخلية هي المجموعات التي تعمل ضمن المنظمة (مثل المستخدمين و العاملون ومجلس الإدارة)، أما الجماهير الخارجية فهي مجموعات الجماهير التي توجد خارج المنظمة (مثل وسائل الإعلام وعملاء الشركة أو الهيئة التشريعية الحكومية) ان التمييز بينهما ليس واضحا على الدوام، ويمكن تعريف الجمهور الداخلي على أنه أولئك الذين يشتركون في هوية المؤسسة، فئات واسعة ومتنوعة من الجماهير.

1-1- مفهوم جمهور العلاقات العامة

إن حسن تعامل المؤسسة مع جمهورها يتطلب عوامل مهمة لعل أهمها تحديد هذا الجمهور وتعريفه تعريفا دقيقا مما يجعل إدارة العلاقات العامة تتعرف على الأهمية النسبية لكل فئة من الفئات، لتحدد طبعاً أولوياتها في التعامل وبأي مستوى ونوعية البرامج التي يمكن أن تستخدمها وينظر " ليونارد و فيليب " إلى أن مفهوم الجمهور " يعبر عن الأفراد الذين تربطهم علاقات ما تحت تأثير موقف ما، أو نشاط مشترك بحيث يعبر عن ذلك الاهتمام الذي يؤثر على سلوكهم. ويعرف "جفكنز " الجمهور بأنه جماعة من الناس تتصل بهم المؤسسة على المستوى الداخلي والخارجي والجمهور اصطلاح فني يستخدمه خبراء العلاقات العامة، بحيث يعملون على تقسيم الجماهير إلى فئات نوعية خاصة، ويعتمد نشاط العلاقات العامة على أساس تحديد الفئات المختلفة لجمهور المؤسسة ودراستها، والواضح أن الجمهور يمثل جماعة من الأفراد يشتركون في مصلحة ما ويتأثرون متأثراً جماعياً بالنسبة للأحداث والقضايا، والجمهور قد يكون عاماً وقد يكون نوعياً.¹

¹ (شدران علي شيبية: مرجع سبق ذكره، ص 241.

ويمكننا إبراز المفهومين من خلال الآتي:

1-1-1- مفهوم الجمهور النوعي:

وهو يشير إلى جماعة من الأفراد تربط بينهم روابط خاصة وتجمعهم مصالح وميول مشتركة من مختلف النواحي العمرية والمهنية والاقتصادية وقد يكون الفرد عضواً في أكثر من جمهور من تلك الجماهير النوعية.

1-1-2- مفهوم الجمهور العام: يشمل جميع الجماهير النوعية في منطقة ما، ويؤكد خبراء العلاقات العامة أن التأثير في الجماهير النوعية يكون أكبر وأكثر إحرازاً للنتائج من الجمهور العام.

1-2- أهمية جمهور العلاقات العامة:

ويكتسي جمهور العلاقات العامة أهمية بالغة بالنظر إلى أنه مهم جداً لأنه متلقي الخدمة أو السلع التي تنتجها المؤسسة وترغب في تسويقها، هذا ما جعل المؤسسة تتخذ كل السبل للوصول إليه وخصصت قسم للعلاقات العامة ليكون حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها وعلى الرغم من تنوع وتعدد جماهير المؤسسة حسب حجم المؤسسة ونشاطها وتنوع الخدمات والسلع التي تقدمها إلا أن العلاقات العامة لم يثنها هذا عن القيام بدورها الهام والفعال وهي تسعى جاهدة إلى الوصول إلى جماهيرها المتنوعة واللذين تربطهم صلات متنوعة بالمؤسسة.

1-3- أنواع الجمهور

هناك عدة معايير لتصنيف جمهور العلاقات العامة ويبرز الدكتور محمد منير حجاب معياران هما:

1-3-1- تصنيف وفق سمات الجمهور : يتضمن الجمهور وفقاً للسمات الأنواع التالية:

وفقاً للسمات الشخصية: يعنى بسمات الجمهور المميزات الخاصة التي تساعد خبير العلاقات العامة في التعرف على جمهور معين وهي الصفات التي تميزه عن غيره من الجماهير ويشترك فيها جميع أفرادها.¹ وتنقسم السمات الشخصية إلى:

(1) محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 90.

- سمات لا دخل للفرد في اكتسابها وتتميز طبعا بعدم قابليتها للتغير مثل السن والجنس والسلالة ومكان الميلاد.

- وسمات مكتسبة وهي قابلة للتغير مثل التعليم والدخل والحالة الاجتماعية واللغة والإقامة والوظيفة.¹

وفقا للسمات الاجتماعية والفردية: تجمع التقسيمات الآتية: وفقا للاتجاه نحو الموضوع، وفقا للمعايير الثقافية، وفقا لدرجة الاستعداد للإقناع، ووفقا لبعض السمات العامة.

1-3-2- تصنيف الجمهور وفق للحجم: الى ما يلي: الجمهور الخارجي العام، الجمهور الداخلي العام،

الجماهير النوعية الداخلية والخارجية، وجمهور المنظمات الأخرى.²

ويمكن تصنيف الجمهور وفقا لبعض السمات العامة الى ما يلي:

الجمهور المثقف - الجمهور الرواق - الجمهور الغامض - الجمهور الجاهل - الجمهور البسيط.³

كما يصنف الجمهور وفقا للمعايير الثقافية الى: - الجمهور الأمي - الجمهور المادي - الجمهور المفكر.⁴

1-3-2- تصنيف الجمهور وفق للاستعداد للإقناع:

- الفئات الذين لهم استعداد للإقناع - الفئات الذين ليس لهم استعداد للإقناع.

وهنا على القائم بالعلاقات العامة أن يكون على دراية تامة بتقنيات التأثير والإقناع والجوانب النفسية لمختلف الفئات ليسهل إقناعها.

ويمكن تصنيف الجمهور وفقا للحجم: - جمهور داخلي - جمهور خارجي، فهناك مجموعة أساسية من الجماهير تتعامل معها المؤسسة داخليا وخارجيا المتمثل فيما يلي:

أ- جمهور المجتمع المحلي:

(1) محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(2) المرجع نفسه، ص 89.

(3) المرجع نفسه، ص 103.

(4) المرجع نفسه، ص 101.

تعتمد المؤسسة بعلاقاتها مع محيطها على علاقات عامة تبنى على علاقات مع المجتمع المحلي وتستفيد من طبيعة المؤسسة وطبيعة ما تقدمه من خدمات أو سلع وتنتج سياسة جوارية وحسن الجوار من خلال إعمال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

ب- **جمهور المؤسسات الأخرى:** ويتشكون من الأفراد الذين يوجدون في المؤسسات المختلفة الأخرى ويرتبطون بعلاقة خاصة مع المؤسسة، وقد لا يكونون أعضاء في مؤسسة معينة بالذات وإنما يقدمون خدمات لكل مؤسسة، ويكونون بمثابة ناقلين للصور الذهنية الطيبة عن المؤسسة.¹

ج- الجمهور الداخلي:²

ويقصد بالجمهير الداخلية كافة العاملين الذين تضمهم المؤسسة في أقسامها ومستوياتها الإدارية والإنتاجية المختلفة وتتعامل العلاقات العامة مع هذه الجماهير من أجل خلق استقرار في المؤسسة والحفاظ عليه، ولا يتأتى هذا إلا بالعمل على تنمية الإحساس بالولاء والانتماء للمؤسسة لديهم والدفاع عنها والتحفيز بما يحث العامل على العمل وتتكون هذه المشاعر لدى العمال إذا توفر مناخ يسوده الإنسانية وإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية والمادية لتلك الجماهير والسهر على رفع معنوياتهم وتحقيق تماسكهم وكسب تأييدهم ورضاهم. (الإدارة العليا والوسطى، المستخدمون، المساهمون، مجلس الإدارة).

ووسائل الاتصال المستخدمة للاتصال بالجمهور الداخلي: - الاتصال الشخصي أو الاتصال الجمعي - الرسائل السمعية البصرية ومن بينها الأفلام - وسائل الإعلام، ووسائل متاحة لهذا الجمهور وللجمهور الخارجي أيضا: - المطبوعات المتخصصة والجماهيرية والإشهار - البريد الشخصي والمؤسستي وترويج المبيعات - المعارض الجماهيرية والمتخصصة والملصقات وغيرها.

¹ شذوان علي شبيبة: مرجع سبق ذكره، ص 252.

² غريب عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر، 2006، ص 104.

* أنواع الجمهور الداخلي: للمؤسسة جمهورا داخليا يشمل الجماهير التالية:

* المؤسسون:

هذه الفئة هم أصحاب فكرة إنشاء المؤسسة وهم اللذين يتحملون المخاطر التي تواجه عملية التأسيس وتقع عليهم المسؤولية الأولى والأساسية في عملية بناء المؤسسة ويبدلون الجهود الكبيرة لتعريف الجمهور الخارجي بالمؤسسة وأهدافها التي أنشأت من أجلها وهنا تتحمل إدارة العلاقات العامة مسؤولية الاتصال بالمؤسسين بصفة دورية لتعريفهم بالتقدم الذي أحرزته المؤسسة أو بالمشاكل التي تعترض المؤسسة والحصول على اقتراحاتهم وتوجيهاتهم وتوصياتهم لإدارة المؤسسة في الوقت المناسب للاستفادة منها.¹

* العمال:

كل إنسان تتأثر سلوكياته ومشاعره وأحاسيسه لا يتوقع قيامه بعمله حسب ما هو مطلوب ومحدد له للارتقاء بالمؤسسة التي يعمل فيها ما لم يتم إشباع حاجاته الأساسية والتعامل مع رغباته واحترامها وأن يكون راضيا عن مركزه في المؤسسة وأن تكون علاقته مع رؤسائه وزملاءه ووسائل العمل التي يعمل بها علاقة متوازنة وراضية. كما يعتبر العامل خير من يمثل المؤسسة في المجتمع الخارجي، حيث يميل الجمهور إلى تصديق ما يقوله العاملون بخصوص المؤسسة التي يعملون بها لذا على المؤسسة وإدارة العلاقات العامة أن تدرك ذلك والعمل على إيجاد مناخ مناسب للعمل يسوده علاقات طيبة وسليمة بينها وبين العمال والعمل على تحفيزهم واعطاء صورة مشرقة ومشرفة عن المؤسسة بإبراز إنجازاتها وأنشطتها وطموحاتها المستقبلية ومن أهم ما ينجزه قسم العلاقات العامة وضع برامج التوجيه الداخلية التي تضمن تعبئة العاملين لخدمة سمعة المؤسسة.²

* المساهمون:

مما لا شك فيه أن ازدياد أهمية العلاقات العامة وأنشطتها يزداد بزيادة حجم المؤسسة التي تعمل فيها، وحسب طبيعة المؤسسة هناك من المؤسسات من تعتمد على المساهمين وتزداد أهميتها بازدياد عدد المساهمين، وهم أصحاب المؤسسة والمالكون لها، وهم اللذين يقومون بانتخاب أعضاء مجلس الإدارة الذي

⁽¹⁾ فهمي محمد العدوي: مرجع سبق ذكره، ص 118.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 119-120.

يتولى إدارة المؤسسة ومتابعة أعمالها، كما أنهم هم المضاربون بأسهمها وتعتمد عليهم قوة المؤسسة وسمعتها.¹

* الموزعون والوكلاء:

تتوقف أهمية الموزعين على نوع المؤسسة والسلع التي تنتجها، فهناك مؤسسات التي يكون للموزعين دور هام، شركات التأمين، شركات السيارات، شركات الأدوية، الشركات التي تنتج مختلف الآلات... وغيرها وهنا غالبا ما يتوقف تقدم المؤسسة وتطورها ومقدار الأرباح التي تحققها على نشاط التوزيع الذي يقوم به مختلف الموزعون تتلخص أهمية العلاقات العامة مع الموزعين في جعلهم على صلة دائمة ووثيقة بالمؤسسة لمعرفة أي تغيير يطرأ على السلع التي تنتجها والخدمات التي تقدمها وخاصة تعريفهم بمزايا السلع والخدمات وبمداهم بكل الطرق والأساليب والوسائل التي تعينهم على تسويق السلع وخدمات وتوزيعها.²

د- الجمهور الخارجي:

يضم الجمهور الخارجي للمؤسسة كل من سيتلقى الرسائل التي توجهها المؤسسة خارج إطارها التنظيمي لذا سنجد نوعين من الجمهور الخارجي:

-الجمهور الخارجي المباشر: وهو المستهدف من الرسالة التي يقوم أخصائي العلاقات العامة بتوجيهها إليه ويعد هذا الجمهور معني مباشرة بالرسالة فهو الزبون الذي يتلقى الخدمة أو المستهلك الذي يقتني السلعة أو المنتج. (الزبائن، ممثلو المبيعات، التجار، الموزعون، الموردون، المنافسون وغيرها).

-الجمهور الخارجي غير مباشر: يمكن القول بكل بساطة هو الجمهور الذي نتوقع أن يؤثر فيه الجمهور المباشر للمؤسسة أو يمكن أن يصبح فيما بعد الجمهور المباشر الذي تتعامل معه للمؤسسة (اتصالات المؤسساتية، الزبائن المحتملون، مستثمرون محتملون، مساهمون مجتمع المؤسسة، الحكومة)

¹ فهمي محمد العدوي: مرجع سبق ذكره، ص 119.

² المرجع نفسه، ص 125.

وبالتبع يشمل الجمهور الخارجي للمؤسسة الزبائن والزبائن المتوقعين والمؤسسات المنافسة والمستثمرين والمجتمع الذي تعيش فيه المؤسسة والمؤسسات الاقتصادية وذات الصلة بنشاط المؤسسة والمؤسسات الحكومية والمجتمع.

وسائل الاتصال المستخدمة بهذا الجمهور: - الاتصال الشخصي أو الاتصال المؤسساتي - الرسائل السمعية البصرية منها الأفلام - وسائل الإعلام - المطبوعات المتخصصة والجماهيرية والإشهار - البريد الشخصي والمؤسساتي وترويج المبيعات - المعارض الجماهيرية والمتخصصة والملصقات وغيرها.¹

هـ- الجماهير النوعية:

هي جماعات من الأفراد لها مصلحة أو مصالح واحدة وتميزها المهن والمهارات التي تملكها وأوجه النظر التي تجمع أفرادها في بعض الأمور أو القضايا الخاصة أو ألوان النشاط التي تمارسها وتأثر تلك الجماهير النوعية في الرأي العام فيما يخص الموضوعات والأمور محور اهتماماتها ويرى عالم الاجتماع الأمريكي كلارك كارل أن سمات الجماهير النوعية هي:

- يوجد بين أفرادها مصالح مشتركة تربط بينهم بقوة.

- إذا كان هناك مصالح متشعبة قد تؤدي إلى انقسام أفراد الجمهور النوعي.

- ما يميزها المناقشات المتبادلة لوجهات النظر.

- اتخاذ الاتصال وسيلة التحرك الاجتماعي من أجل الوصول إلى قرار جماعي وتحويله إلى سلوك جماعي.

ولعل ما يميز الجمهور النوعي أنه يشكل بصفاته وظروفه وعلاقاته الوعاء الذي تتحول بداخله مواقف الأفراد أو اتجاهاتهم إلى اتجاه عام للجمهور النوعي، وهو يتصف بالتجانس حيث هو كيان متآلف

¹ (صالح خليل أبو الأصبع: العلاقات العامة والاتصال الانساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998، ص 136-137).

يضم الأفراد المنتمين له مهما اختلفت اتجاهاتهم أو تباينت ودور عمليات الاتصال والتفاعل الاجتماعي العمل على توحيد اتجاهاتهم داخل إطار مشترك فهي أولا وأخيرا تمارس أنشطة ذات أهداف مشتركة.¹

ولكون العلاقات العامة حلقة الوصل التي تصل إدارة المؤسسة بجمهورها وعلى الرغم من تنوع وعدد جماهير المؤسسة وهذا بالنظر إلى طبيعة نشاط المؤسسة وحسب تنوع الخدمات والسلع التي تقدمها إلا أن العلاقات العامة تسعى جاهدة إلى الوصول إلى كل جماهير المؤسسة المتنوعة والذين تربطهم صلات متنوعة مع المؤسسة حسب طبيعة الجمهور. قد يكون جمهور داخلي عمال المؤسسة وموظفيها وجماهيرها الخارجية المتنوعة من متلقي للخدمة أو السلعة (زبناء مستهلكين وغيرهم) أو مؤسسات تنشط في نفس مجال المؤسسة وفئات مستهدفة من خلال القنوات المختلفة للاتصال المؤسسة عبر المنشورات والملصقات و الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون بغرض التعريف بنشاط المؤسسة و آفاقها. وكذا يمكن أن يكونوا محتملي تلقي الخدمة أو مستهلكي السلعة من المؤسسة أو أن يوظفوا بها كما يمكن أن يكونوا من فئات الجمهور الموردين للمواد الأولية أو المساهمين بها أو الإدارة العليا بها بغرض تحسين الصلات في إطار العلاقات العام وتيسير الاتصال بين مختلف مكونات المؤسسة ومختلف الجماهير ويمكن أيضا تقسيم جماهير العلاقات العامة للمؤسسة:

-جمهور القراء - الجمهور المستمع - الجمهور المشاهد لمضامين برامج العلاقات العامة من خلال القنوات الاتصالية التالية: البيانات الصحفية، المنشورات والمجلات، نشرات المؤسسة، الوسائل السمعية والوسائل السمعية البصرية، الوسائط الحديثة والموقع الإلكتروني للمؤسسة المستخدم من طرف قسم العلاقات العامة إضافة الى الصفحة الرسمية للمؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر اليوم من أهم الوسائل المستخدمة من قبل جماهير المؤسسة خاصة في هذا العصر المتميز بسرعة التغيرات وعدم الاستقرار وزيادة عدد الجماهير التي أصبحت اليوم تمتاز أكثر فأكثر بالانتشار والتشتت في عديد من المدن خاصة بالنسبة للمؤسسات الكبيرة على الصعيد المحلي الإقليمي والدولي ويسهل من إمكانية التواصل بالمؤسسة 24سا/ 24سا وعلى مدار الأسبوع خاصة في الفترة الاستثنائية التي تبنت أثناءها الدول تدابير استثنائية للحد من انتشار وباء كورونا من خلال تحسين استقبال الجمهور تدريجيا وتنظيم هذا الاستقبال من خلال البرمجة المسبقة وتجزء الجمهور حسب الفئات أحيانا ومختلف التدابير الوقائية

¹ (شوان علي شيبية: مرجع سبق ذكره، ص 254.

الأخرى لتجنب الطوابير و تخصيص فضاءات أوسع وتنظيم عمل المستخدمين حسب فترات تقديم الخدمة أو طرق توزيع السلع وكذا مختلف التدابير لتجنب الاحتكاك بين العمال والموظفين والمواطنين في الفضاءات العمومية. إذ أن مختلف المؤسسات كيفت نشاطها في هذه الظروف الاستثنائية من خلال تكييف نشاطها والالتزام بتوصيات البروتوكولات الصحية لمزاولة نشاطها بعد العودة التدريجية للحياة الطبيعية من خلال الفتح التدريجي لمختلف النشاطات التجارية و الاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية والسياحية والتربوية.

2. انعكاسات الأزمة على جمهور المؤسسة:

عند تعرض مؤسسة أيا كان نوعها لأزمة ما مهما كان نوع نشاطها أو طبيعة هذه الأزمة فإنها تلقي بآثارها على مختلف فئات جمهور المؤسسة، طبيعة هذا الأثر ودرجته تختلف حسب طبيعة هذه الأزمة وحدتها وطبيعة نشاط المؤسسة ومدى اعتماد هذه الجماهير على خدمات ومنتجات هذه المؤسسة وكيفية ادارة وتسيير هذه المؤسسة للأزمة ونجاحها في الخروج منها بأقل ضرر ممكن، والحد من أثرها على جمهورها الداخلي والخارجي واستغلالها كفرصة لتصحيح الاختلالات باختيار أنسب الطرق والأساليب لتحقيق النجاح. وهو ما حدث في أزمة وباء كورونا أين انتشر هذا الوباء عبر مختلف بلدان العالم ووصل إلى الجزائر وهذا ما أدى الى اتخاذ جملة من التدابير للحد من انتشار الفيروس كورونا على الصعيد المحلي والوطني والتدرج من خلال الحد من التجمعات والحد من التنقلات والقيام بالحجر الصحي للحد من انتشار فيروس كورونا تدريجيا انطلاقا من الحجر الجزئي لعدة ساعات الذي شمل معظم ولايات الوطن إلى الحجر الصحي الكلي لإحدى ولايات الوطن وهو ما يبرز حجم الأزمة الصحية و أثرها على جماهير المؤسسات العمومية ثم ليبدأ الفتح التدريجي لمختلف الأنشطة التجارية والاقتصادية والاجتماعية بمختلف مؤسساتها و فضاءات الاستجمام والسياحة والرياضة وإعادة فتح المساجد تدريجيا والمكتبات وقاعات المطالعة والسماح بإجراء امتحانات المسابقات التربوية الوطنية بعد استشارة اللجنة العلمية المختصة والتي أوصت بالالتزام بالبروتوكولات الصحية بالنسبة لكل القطاعات كل فيما يخص قطاعه قطاعات التربية ، التعليم العالي والبحث العلمي، الشؤون الدينية، المؤسسات الاقتصادية والمحلات التجارية والمطاعم و مختلف الأنشطة الاجتماعية مما يسمح بالعودة إلى الحياة الطبيعية بعد الظروف الاستثنائية التي ميزت البلد لحوالي ستة أشهر منذ اكتشاف أول حالات العدوى بالجزائر. و شهد قطاع الصحة العمومية في الجزائر انطلاق جملة من التعديلات بهدف إصلاح النظام الصحي في الجزائر للتصدي لوباء كورونا وتجنب الآثار السلبية للأزمة الصحية على جمهور المواطنين.

والتي شملت استحداث اللجنة الوطنية لمتابعة انتشار فيروس كورونا برئاسة وزير الصحة وتعيين ناطق رسمي للجنة يقوم بتقديم حصيلة الوضعية الصحية كل 24 ساعة وتقديم الارشادات والتوجيهات لتجنب انتشار وباء كورونا والحد منه وطمأنة المواطنين تجنباً للهلح بسبب الشائعات والأخبار الكاذبة.

3. دور العلاقات العامة في التأثير على جمهور القطاع الصحي:

للعلاقات العامة دور كبير في التأثير على جماهير المؤسسات بصفة عامة وجمهور مؤسسات القطاع الصحي اذ لاحظ الدكتور حسن صالح سليمان القضاة أن عملية التأثير تكون في الجماهير النوعية الصغيرة اذ يعتبر أنه من الصعوبة بمكان التأثير في الجمهور العام للقطاع الصحي مباشرة وبسبب كثرة عدده وقلة تجانسه فالتأثير يكون في الجماهير النوعية مما سيكون له الأثر الفعال على الجمهور العام بشكل أسرع وأضمن. و أقل تكلف فاذا كانت الخدمات الصحية المقدمة الى احدى الأمهات جيدة فبالتأكيد أن هذا التأثير الايجابي سوف ينتشر الى الأسرة والى معارفها في المنطقة والى زميلاتها في العمل والنادي الذي تنتمي اليه.. وهكذا يتم التأثير على هذه الشاكلة في الجمهور العام من خلال التأثير في الجماهير النوعية.¹

وساهمت ادارة الأزمة وانسيابية الاتصالات و المعلومة أثناءها بين مؤسسات الدولة المعنية بمواجه الأزمة من جهة و جمهور القطاع الصحي من جهة أخرى في الخروج من الأزمة الصحية الوبائية كورونا بأقل الأضرار بفضل استحداث خلية رصد ومتابعة انتشار فيروس كورونا COVID-19 وتعيين ناطق رسمي (الحكومة- وزارة الصحة- لجنة الرصد) وتقديم بيانات صحفية والادلاء بالحصيلة اليومية لعدد الاصابات مع التركيز على اتخاذ التدابير الوقائية للحد من انتشار الوباء و للقضاء عليه، ومن خلال الحصص التحسيسية الوقائية التي استضافت خبراء ومختصين في علم الأوبئة بثت عبر مختلف وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية كما تم تفعيل الاتصال المؤسساتي على مستوى مديريات الصحة والسكان والمؤسسات الصحية الاستشفائية و الجوارية التابعة لها وعلى الرغم من قلة الدراسات في هذا الشأن الا أن كيفية ادارة اتصالات الأزمة كانت عاملا حاسما طبعا المرافقة للخدمات الطبية والعلاجية والوقائية لقطاع الصحي العمومية.

¹ (حسن صالح سليمان القضاة: المرجع سبق ذكره، ص 114.

لنجاح الاتصالات أثناء الأزمة يوجد ثلاث عوامل رئيسية تطرق اليها الدكتور محمد مرضي الشمري تتمثل فيما يلي:¹

- 1- وجود خطة اتصالات واضحة المعالم كجزء لا يتجزأ من الخطة العامة لإدارة الأزمة وتغلب عليها.
- 2- العمل على تشكيل فريق خاص يعمل كخلية أزمة لمكافحتها والحد من آثارها ان حدثت.
- 3- تعيين شخص واحد ليقوم بمهمة الناطق الاعلامي-الصحفي خلال الأزمة.
- 4- ويجب أخذ بعين الاعتبار في خطة الاتصالات تفاعلها مع بيئتها الاجتماعية الداخلية والخارجية، اذ أن مستخدمي المؤسسة سيناقشون بلا شك مسائل الأزمة مع جيرانهم و معارفهم بغض النظر بأنهم مفوضون بذلك أم لا .لذلك لابد من وضع جدول معين لمثل هذا الاعلام بما في ذلك استخدام المذكرات والنشرات الاخبارية، والصحافة، والاذاعة والتلفزيون، والاتصالات الهاتفية وغيرها، ويتطلب الأمر تعيين أناس موثوق بهم للمشاركة في وضع خطة الاتصالات.

والعبر المستفادة من أزمة وباء كورونا:

1. أبرزت الحاجة الى نظام اتصال رقمي داخلي موحد يضمن انسيابية المعلومة الآنية، الدقيقة والصحيحة لضمان السير الحسن لمصالح المؤسسات الصحية.
2. كشفت أهمية التواصل العاطفي والنفسي مع الطواقم الطبية الصحية وتحفيز روح الانتماء للمؤسسة كي تسود قيم التآزر والتعاون أثناء مواجهة الوباء.
3. بروز أهمية اليقظة الاعلامية الصحية بتفعيل دور الناطق الرسمي على مستوى الادارة المركزية (وزارة الصحة) واللجنة الوطنية المختصة لمتابعة انتشار فيروس كورونا و التنسيق مع مديريات الصحة و السكان على المستوى المحلي مع العمل على تفعيل دور خليتها للإعلام والاتصال لدحر الشائعات و الأخبار الكاذبة بمعلومة واضحة ودقيقة لتجنب التهويل بسبب بعض الرسائل غير صحيحة أو الغامضة التي عادة ما تؤدي الى انتشار الخوف وفقدان الثقة² أو التهوين مما قد يتسبب في عدم الالتزام بإرشادات الصحية والتوجيهات الوقائية للمختصين في الشأن.

¹ محمد مرضي الشمري: مرجع سبق ذكره، ص 37.

² رؤوف بوقفة: مرجع سبق ذكره، ص 47.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية و كيفية تفعيلها
بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي

تم تقسيم هذا الفصل إلى مباحث، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى عرض لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية (عينة الدراسة) وتعرضنا في المبحث الثاني الى قراءة وتحليل نتائج الدراسة في المبحث الثالث قمنا بتفسير نتائج الدراسة وفي المبحث الرابع اختبرنا مدى صحة فرضيات الدراسة و في المبحث الخامس قمنا بإبراز أهم الاستنتاجات المتوصل اليها. اذ شملت الدراسة توزيع استمارة على موظفي مديرية الصحة ورؤساء المصالح والمكلفين بالعلاقات العامة القائمين بمهامها بالمديرية اضافة الى توزيع استمارة مكملة على عينة من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية على أطباء وشبه طبيين و موظفي الإدارة والعمال كما قام الباحث باستخدام أيضا أدواتي الملاحظة والمقابلة.

المبحث الأول: عرض لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية

أولاً: بطاقة فنية عن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية

1- مهام مديرية الصحة والسكان بولاية المدية:

مديرية الصحة والسكان لولاية المدية تعمل على تحسين الصحة العمومية وراحة السكان وكذا العمل على محاربة عدم المساواة الاجتماعية التي ترتبط بالصحة.

- بمشاركة كل الناشطين الأساسيين في كل القطاعات المعنية يمكن مع القطاع العام والخاص تقديم اضافة بترقية الصحة العمومية والوقاية وحماية الصحة لسكان المنطقة التاريخية الكبيرة التي تتكون من 19 دائرة والتي تتكون بدورها من 64 بلدية في مجال الدعم الصحي والمرافقة الصحية، التكوين والتحسيس والاتصال هذه الأخيرة هي عناصر مهمة متدخلة في محددات الصحة.
- وقد وضعت مديرية الصحة والسكان لولاية المدية فضاء اتصالي في إطار وسائل الاعلام والاتصال التكنولوجية الحديثة متمثل في موقع الواب، الذي تستخدمه المديرية كونه عبارة عن فضاء انفتاح تريده أن يكون مرآة تعكس الاهتمامات والأسئلة الدائمة للجمهور والمهتمين.
- وإذ تسعى الى محاولة الاستجابة للحاجات الصحية والتي تتنامى بشكل متصاعد ومتطلبات السكان وكذا العمل على الاستباق في مجال الصحة الوقائية والحفاظ على الصحة العمومية. وهي بعض التحديات يواجهها القائمين على الصحة العمومية لترقية الصحة العمومية. وتوظف هذا الفضاء لتوحيد كل الطاقات الفاعلة المحيطة بهذا الهدف النبيل حماية وترقية الصحة العمومية لسكان ولاية المدية بمؤشراتها: الفعالية، والمردودية وبالاستخدام الفعال لكل الوسائل الصحية المتاحة، والتي تهدف الى اتاحة وتوفير العلاج وتحسين الخدمة الصحية لكافة المواطنين ومما يترك جانبا من الرضا لدى المرضى والمواطنين بصفة عامة.

• دور مديرية الصحة والسكان بولاية المدية:

- تسهر على تطبيق مقاييس التي ترتبط بحفظ و صيانة المنشآت الصحية والوسائل والأجهزة الطبية.
- تضمن التأطير والرقابة على المنشآت الصحية والمؤسسات الصحية عمومية وخاصة.
- وضع مخطط استعجالي بالتنسيق مع السلطات المعنية للمشاركة في تنظيم وتنسيق عمليات الانقاذ في حالة الكوارث الطبيعية والكوارث مهما كانت طبيعتها.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- الدراسة والمتابعة في مجال القواعد والاجراءات المتبعة في برامج الاستثمارات الصحية.
- متابعة وتقييم تنفيذ البرامج في مجال تكوين مستخدمي الصحة.
- السهر على السير الحسن للمسابقات والامتحانات المهنية.
- تنظيم كل مديريات الصحة والسكان على المستوى الوطني وكذا مديرية الصحة والسكان بولاية المدية
جاء موافق للقرار الوزاري 12 ماي 1998 م الذي ينظم مديرية الصحة والسكان للولاية.
- لتسهيل اتصال المواطنين بالمديرية تم وضع الرقم الأخضر 125.
- تفعيل العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان يمكن أن يظهر من خلال الجزئيات التالية:
 - مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمديرية الصحة.
 - تعيين أو تكليف القائم بالعلاقات العامة بالمديرية ومدى تخصصه في المجال.
 - أشكال الاتصال التي يستخدمها قسم العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان.
 - وسائل الاتصال التي يستخدمها مكتب الاتصال والاعلام بالمديرية.
 - قنوات الاتصال التي تستخدمها المديرية.
 - الأهداف التي تسعى مديرية الصحة الى تحقيقها من خلال برامج العلاقات العامة.
 - الاستراتيجية التي تتبعها مديرية الصحة لتحقيق ذلك.
 - طبيعة التشريعات واللوائح التنظيمية المؤطرة لعمل المكلف بالعلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

2- احصائيات الموارد البشرية بمديرية الصحة والسكان لولاية المدية:

يمكن تصنيف مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية الى عدة تصنيفات تتمثل فيما يلي: (الى غاية 2023/12/31)¹

تصنيف حسب وضعية نشاط المستخدم:

- عدد المستخدمين في حالة نشاط 56 مستخدم.
- عدد المستخدمين الذين أحيلوا على التقاعد 4 مستخدمين.

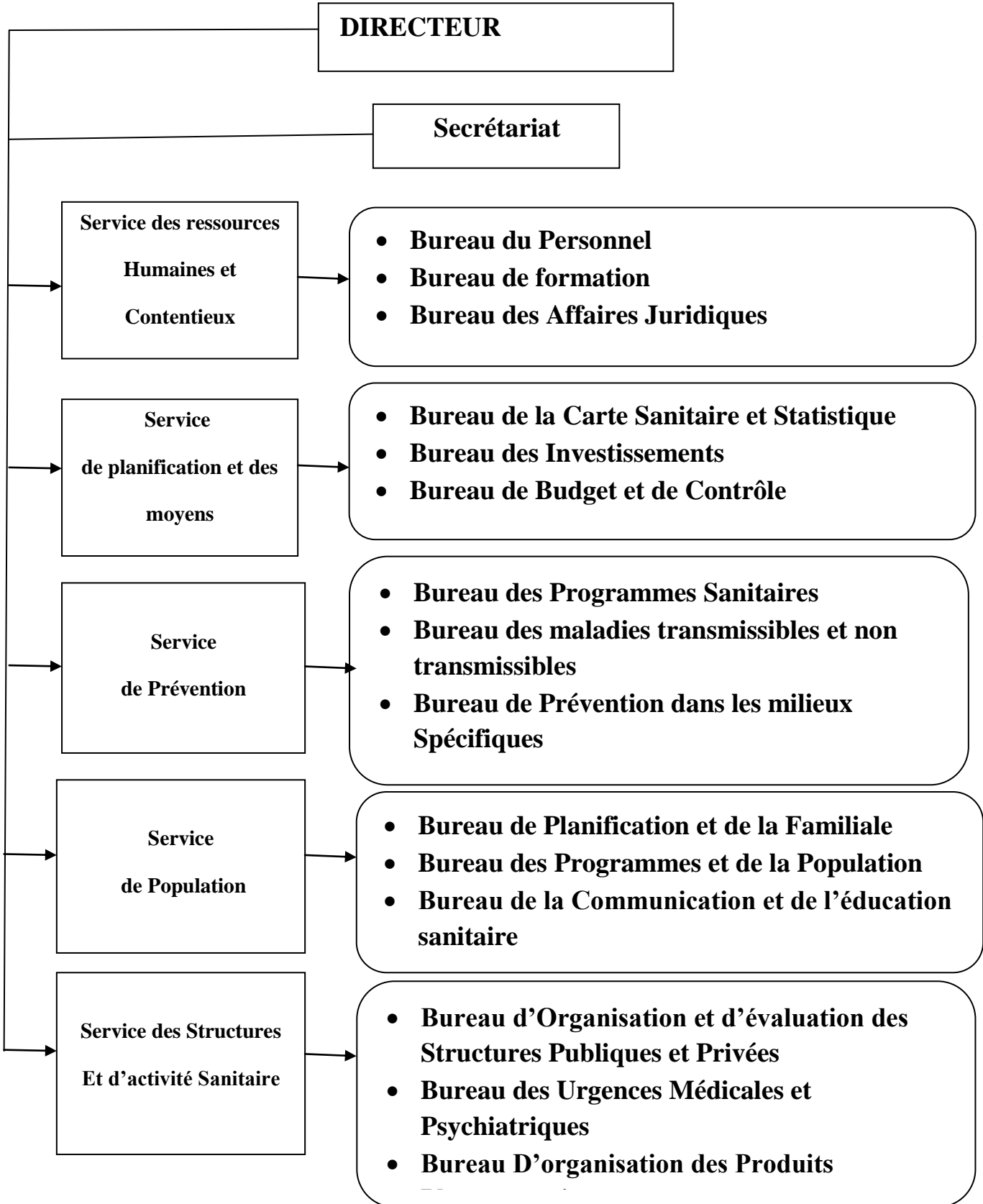
تصنيف حسب الجنس:

¹ الاحصائيات المتعلقة بالموارد البشرية لمديرية الصحة و السكان بولاية المدية مصدرها موظفة بمكتب الاحصائيات على مستوى مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وهي موجودة على منصة الرقمية لوزارة الصحة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

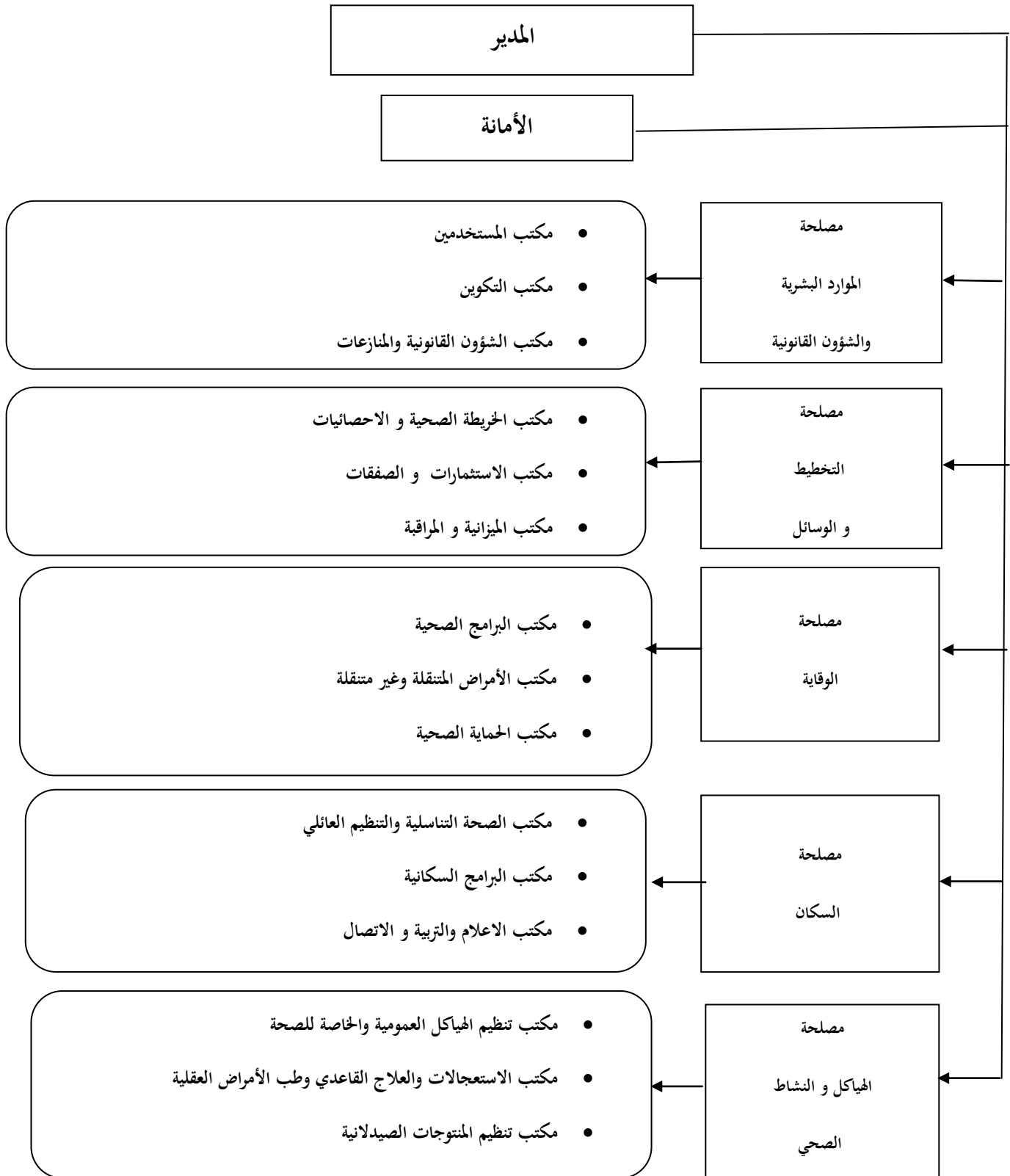
- عدد الذكور 39 مستخدم.
- عدد الاناث 17 مستخدمة.
- تصنيف حسب طبيعة مهنة كل مستخدم:
- عدد مستخدمين من سلك الأطباء وجراحي الأسنان والصيدلة 08 من بينهم 06 مفتشون تم الحاقهم بالمفتشية الجهوية (الصحة) لها ادارتها الخاصة بها.
- عدد مستخدمي الشبه الطبي: 05 مستخدمين
- عدد مهندسين (Architect -Génie Civil) هو 02
- عدد الموظفين الاداريين:
- عدد المنتمين للأسلاك المشتركة 24:
- من بينهم 21 موظف اداري
- 02 سائقين
- المدير
- عدد العمال المتعاقدين 16
- المجموع العام لموظفي القطاع الصحي بولاية المدية: تشمل كل المؤسسات الصحية هو 8647 مستخدم
- عدد الأطباء الأخصائيون هو: 433
- عدد الأطباء العامون هو: 772
- عدد جراحي الأسنان هو: 148
- عدد الصيداللة هو: 36
- عدد مستخدمي الشبه الطبي هو: 4006
- عدد موظفي الادارة هو: 719
- عدد العمال المهنيين هو 1942 دائمين / متعاقدين
- عدد بيولوجيست بمختلف الأصناف هو: 262.

3- الهيكل التنظيمي لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية (باللغة الفرنسية):¹ الشكل (ط)



¹ من اعداد رئيسة مصلحة سابقة لمصلحة الهياكل بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية

الهيكل التنظيمي لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية (باللغة عربية):¹ الشكل (ظ)



¹ هيكل تنظيمي عمل الباحث على نقل ترجمته من القرار الوزاري المشترك الذي يتضمن المحدد التنظيمي لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية باللغة العربية ووفق الهيكل التنظيمي المعد باللغة الفرنسية من قبل رئيس مصلحة الهياكل السابقة.

أ- المحدد التنظيمي لمديرية الصحة والسكان بولاية:

وفقا للمادة 3 من القرار الوزاري المشترك الذي يتضمن المحدد التنظيمي لمديرية الصحة والسكان في الولاية.

تشمل مديريةية الصحة والسكان لولاية المدية على ما يلي:¹

(1) مصلحة الموارد البشرية والشؤون القانونية التي تتكون من:

- مكتب المستخدمين،

- مكتب التكوين،

- مكتب الشؤون القانونية والمنازعات.

(2) مصلحة التخطيط والوسائل، التي تتكون من:

- مكتب الخريطة الصحية والاحصائيات،

- مكتب الاستثمارات والصفقات،

- مكتب الميزانية والمراقبة.

(3) مصلحة الهياكل والنشاط الصحي، والتي تتكون من:

- مكتب تنظيم الهياكل العمومية والخاصة للصحة وتقييمها،

- مكتب الاستجالات والعلاج القاعدي وطب الأمراض العقلية،

- مكتب تنظيم المنتوجات الصيدلانية.

(4) مصلحة الوقاية، التي تتكون من:

- مكتب البرامج الصحية،

- مكتب الأمراض المتقلة وغير متقلة،

- مكتب الحماية الصحية

(5) مصلحة السكان، التي تتكون من:

- مكتب الصحة التناسلية والتنظيم العائلي،

- مكتب البرامج السكانية،

¹ (الجريدة الرسمية العدد 38 الصادرة في 8 صفر 1419 هـ، ص 27

- مكتب الاعلام والتربية والاتصال.

ب- المرسوم المحدد للقواعد الخاصة بتنظيم مديرية الصحة والسكان الولائية وسيرها:

وحسب المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 97-261 الذي يحدد القواعد الخاصة بتنظيم مديريات الصحة والسكان الولائية وسيرها فإن مديرية الصحة والسكان تطور وتضع حيز التنفيذ كل التدابير التي من شأنها أن تأطر النشاطات الخاصة بالصحة والسكان.

وبهذه الصفة، تكلف مديرية الصحة على الخصوص بما يلي:¹

- تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم في جميع المجالات المتصلة بأنشطة الصحة والسكان،
- تنشط وتنسق وتقوم بتنفيذ البرامج الوطنية والمحلية للصحة، لاسيما في مجال الوقاية العامة وحماية الأمومة والطفولة والحماية الصحية في الأوساط الخاصة وكذلك في مجال التحكم في النمو الديموغرافي والتخطيط العائلي وترقية الصحة التناسلية،
- تسهر على احترام السلم التسلسلي للعلاج، لاسيما بتطوير كل النشاطات التي تهدف الى ترقية العلاج القاعدي،
- تطور كل عمل يهدف الى الوقاية من ادمان المخدرات ومكافحتها وخصوصا في اتجاه الشباب،
- تسهر على التوزيع المتوازن للموارد البشرية والمادية والمالية دون المساس بالصلاحيات المخولة قانونا لمديري الصحة الجهويين ورؤساء مؤسسات الصحة.
- تشجع وتطور كل أنشطة الاتصال الاجتماعي لاسيما التربية الصحية بالاتصال مع الجمعيات الاجتماعية المهنية والشركاء الآخرين المعنيين.
- تسهر على وضع جهاز يختص بجمع المعلومات الصحية والوبائية والديموغرافية واستغلالها وتحليلها وتبليغها،
- تنشط الهياكل الصحية وتنسقها وتقومها،
- تسهر على وضع الاجراءات المتعلقة بحفظ المنشآت وتجهيزات الصحة وصيانتها حيز التنفيذ،
- تتولى تأطير هياكل الصحة ومؤسساتها العمومية والخاصة وتفتيشها،
- تعدّ التراخيص المتعلقة بممارسة المهن الصحيّة وضمان مراقبتها،

¹ الجريدة الرسمية العدد 47 الصادرة 11 ربيع الأول عام 1418 هـ، ص 13.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- تعد المخططات الاستعجالية، بالاتصال مع السلطات المعنية، والمشاركة في تنظيم الاسعافات وتنسيقها في حالة حدوث كوارث مهما كانت طبيعتها،
- تدرس برامج الاستثمار وتتابعها في إطار التنظيمات والاجراءات المعمول بها،
- تتابع وتقوم بتنفيذ البرامج المقررة في ميدان التكوين وتحسين مستوى مستخدمي الصحة وتقييمها.
- تشرف وتسهر على السير الحسن للمسابقات والامتحانات المهنية.

ثانيا: لمحة عن المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية

1- نشأة المؤسسة الاستشفائية "محمد بوضياف" بالمدية:

ان المؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد بوضياف" بالمدية سميت بهذا الاسم نسبة للرئيس الجزائري السابق لجزائر محمد بوضياف أو "سي الطيب الوطني" رمز من رموز الثورة الجزائرية، تقع المؤسسة جنوب شرق العاصمة على بعد 88 كلم وعلى ارتفاع 950م عن سطح البحر، أنشأت بالأمر الصادر في اطار برنامج البناء سنة 1958 تحت اسم المستشفى المدني بالمدية وبمقتضى المرسوم رقم 97 - 466 الصادر في ديسمبر 1997 المحدد لقواعد انشاء القطاعات الصحية وتنظيمها وسيرها، صار القطاع الصحي بالمدية الذي يضم جميع المراكز الصحية وقاعات العلاج على مستوى 11 بلدية بالمدية، وتحولت الى المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمدية بموجب أحكام المرسوم 140/07 الصادر في 19 مايو 2007 المتضمن انشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية ومؤسسات الصحة الجوارية وتنظيمها وسيرها وتسميتها بالنسبة للتشريع الجزائري مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتوضع تحت وصاية الوالي.

2- مهام واحصائيات الموارد البشرية في المؤسسة الاستشفائية العمومية بالمدية:

أ- مهام المؤسسة الاستشفائية بالمدية: تتمثل في الحصن المنيع للمجتمع في حمايته من الأوبئة والأمراض وتضمن لهم التكفل التام في المجال الصحي والمتكامل تلبية لحاجيات السكان.

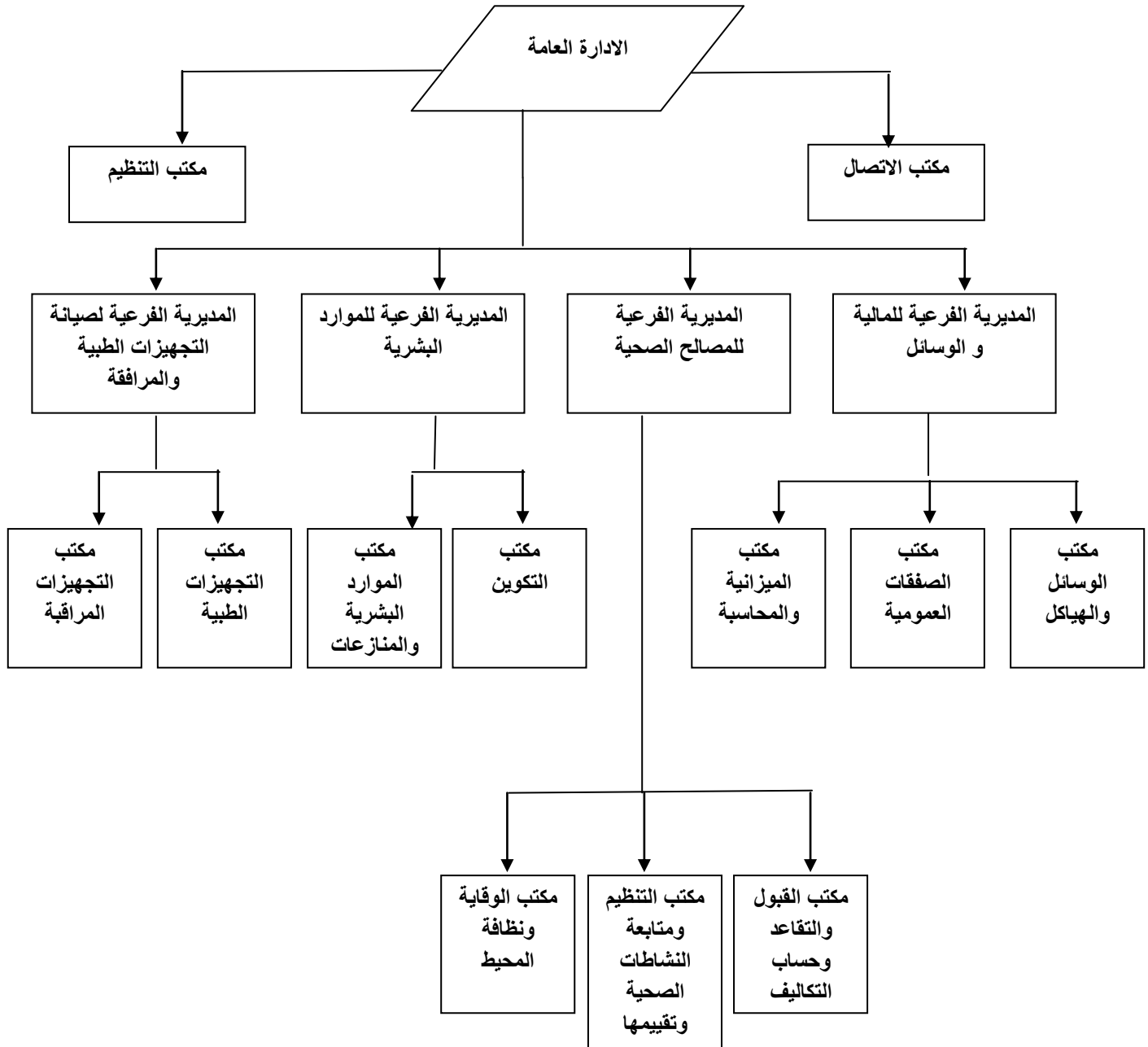
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

ب- احصائيات الموارد البشرية للمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية: العدد الكلي لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية هو: 1394 (الى غاية 2023/12/31) من بينهم:¹

- عدد الذكور هو 585
- عدد الاناث هو 809
- عدد الأطباء الأخصائيون هو: 183
- عدد الأطباء العامون هو 136
- عدد الصيادلة العامون: 5
- عدد النفسانيون عيادي - أرطوفونيا هو: 10
- عدد بيولوجيست هو: 33
- عدد أعوان التخدير والانعاش هو: 53
- عدد القابلات هو: 63
- عدد الشبه الطبي
- عدد مستخدمي الادارة العامة:
- عدد الموظفين الاداريين هو: 89
- عدد عمال المهنيون هو: 68
- عدد الأعوان المتعاقدون هو: 268
- عدد مهندسي الاعلام الآلي هو: 1

⁽¹⁾ مقابلة مع مدير الموارد البشرية بالمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية حول احصائيات الموارد البشرية للمؤسسة.

3- الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاستشفائية " محمد بوضياف" بالمدية: هذا التنظيم يبرز كل المديرية في صورة واضحة



الشكل رقم (22) يمثل مخطط الهيكل التنظيمي لإدارة المؤسسة الاستشفائية " محمد بوضياف" بالمدية¹

¹ مقابلة مع المدير الفرعي للموارد البشرية بالمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية وأشار الى أن الشكل يبرز الهيكل التنظيمي لإدارة المؤسسة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

ويمكن التعرف على مختلف المصالح والوحدات التابعة للمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدينة

من خلال الجدول رقم (13)¹ كآتي:

المصلحة	الوحدة
1-التشريح المرضي وعلم الخلايا	-أمراض النساء -طب أمراض المعدة والأمعاء
2-الانعاش و التخدير	التخدير الانعاش والعلاج المكثف
3-الجراحة العامة	- استشفاء الرجال - استشفاء النساء - جراحة الجهاز البولي - جراحة الأعصاب
4-جراحة الأطفال	- استشفاء - الفحص
5-علم الأوبئة	- المعلومات الصحية - النظافة الاستشفائية
6-طب أمراض النساء والتوليد	- أمراض النساء - التوليد
7-الأشعة المركزية	- الأشعة - السكانير
8-المخبر المركزي	- علم الأحياء المجهرية - الكيمياء الحيوية
9-طب الأمراض المعدية	- استشفاء الرجال - استشفاء النساء

¹ مقابلة مع رئيس مصلحة الموارد البشرية بالمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدينة وأشار الى أن الجدول يبرز مختلف المصالح والوحدات الاستشفائية للمؤسسة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

10-طب العمل	- المراقبة الصحية لعمال الصحة - الفحص الدوري لصحة العمال
11-الطب الشرعي	- الخبرة القضائية طب حفظ الجثث - طب المساجين
12-الطب الداخلي	- استشفاء رجال - استشفاء نساء - طب أمراض القلب
13-طب أمراض الكلى وتصفية الدم	- طب أمراض الكلى - تصفية الدم
14-طب الأورام السرطانية	- أمراض السرطان - الفحص مستشفى النهار
15-طب أمراض العيون	- استشفاء - الفحوصات
16-جراحة العظام والرضوض	- استشفاء رجال - استشفاء نساء - جراحة اليد والجراحة المجهرية
17-طب أمراض الأنف والأذن والحنجرة	- الاستشفاء - الفحص والكشف
18-طب الأطفال	- طب الأطفال - حديثي الولادة
19-الصيدلية	- تسيير الموارد الصيدلانية - توزيع المواد الصيدلانية

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

20-طب أمراض الرئة والصدر	- استشفاء رجال - استشفاء نساء
21-طب الأمراض العقلية	- استشفاء رجال - استشفاء نساء
22-تكييف وظيفي	- التكييف الوظيفي - تركيب الأعضاء الاصطناعية - الفحص والكشف
23-الاستعجات الطبية الجراحية	- طبيب منسق بمصلحة الاستعجات الطبية - طبيب منسق بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بالمدية

يبين هذا جدول المصالح والوحدات الاستشفائية التي تشملها المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية (مستشفى محمد بوضياف بالمدية سابقا) والذي تم ترقيته الى مركز استشفائي جامعي بعد استحداث ملحقة لكلية الطب بجامعة المدية تابعة لجامعة الجزائر 1 والتي تم ترقيتها مؤخرا الى كلية طب بجامعة المدية) وبعد الزيارات الميدانية للمؤسسة الاستشفائية نجد أنها من أهم المؤسسات الصحية على المستوى المحلي والوطني، من حيث معيار تقديم الخدمة الصحية والقدرة على الاستجابة لحاجات المواطنين، من حيث الرعاية الصحية والاستشفائية لتنوع خدماتها التي تشمل كل التخصصات الطبية والجراحية، و لتوفرها على أهم التجهيزات الصحية الطبية والجراحية والمخبرية والخاصة بالأشعة ولعل آخرها استفادة المؤسسة من تجهيز مصلحة الاستعجات الطبية والجراحية بـ سكانير بعد اعادة تهيئتها لاستقبال المرضى ومرافقيهم في أحسن الظروف، بعد اعادة تهيئة عديد من المصالح الاستشفائية .

أنشأ المستشفى في الحقبة الاستعمارية، الا أن موقعه الاستراتيجي الذي يتوسط مدينة المدية جعله من أهم المرافق الصحية التي يقصدها المواطن لسهولة الوصول اليه ولقربه من مختلف مناطق المدينة. كما أن بناءه يراعي انسيابية تقديم الخدمة بسبب تعدد مداخله وتوفره على مصاعد كهربائية والربط بين المبنى الرئيسي والهيكل الصحي الذي يضم القاعات الجراحية بجسر مغطى وكذا ربطه بالاستعجات

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

برواق مغطى واستجابة لحاجات المواطنين، من خدمات صحية جيدة وتخفيفا منها على الممارسين الطبيين ومستخدمي الشبه طبي. قام المشرفين على القطاع الصحي بالولاية بشيئين هامين استحداث نظام الرقمة ونظام الفرز الذي يشرف عليه طبيب الاستعجلات لفرز المرضى. فالمستشفى يستقبل الحالات الاستعجالية على مستوى مصالح الاستعجلات، وتتكفل المصالح الصحية بالعيادات المتعددة الخدمات التابعة للمؤسسة الصحية الجوارية بالمدية بالتكفل، بتقديم خدمات كالفحوصات الطبية الروتينية غير المستعجلة، اضافة الى اعادة تأهيل الاستعجلات الطبية والجراحية حتى تستقبل المرضى ومرافقيهم في أحسن الظروف. ويبدو مظهر المؤسسة الخارجي من خلال الطائفة، يوحي بأنه مستشفى أي حرف أول من الكلمة اللاتينية Hôpital (H) ليتمكن قائد الطائفة المروحية في حالة الكوارث من التعرف على المستشفى لنقل المرضى وانقاذهم.

عند الدخول الى المؤسسة الاستشفائية يبرز لنا جناحي الاستعجلات الطبية والجراحية، اذ خصص جناح للكبار وجناح استعجلات طبية وجراحية للأطفال، وهذا بالنظر الى طبيعة التكفل الصحي بهذه الفئة التي تتطلب دقة التشخيص وسرعة وفاعلية أداء تقديم العلاج، وهما مزودين بمدخلين ومكان لاستقبال سيارات الاسعاف كم أن هناك مدخل خاص بمكتب تسجيل المرضى الذين تتطلب حالتهم الصحية الاستشفاء بأحد مصالح المؤسسة.

وتتضمن المؤسسة الاستشفائية 23 مصلحة، تشمل كل مصلحة عدة وحدات أولها الاستعجلات الطبية والجراحية كما سبق وإن قلنا أنها تتضمن مكتب استقبال وفرز المرضى. يشرف عليه طبيب عام وجناحين أحدهما للاستعجلات الطبية والجراحية للكبار والثاني للاستعجلات الطبية والجراحية مخصص للأطفال. ويعمل بالمصلحة طاقم طبي وشبه طبي بنظام المناوبة 24 ساعة/24 ساعة و 7 أيام/7 أيام. أما الطابق الأرضي للمؤسسة به المصالح الصحية التالية: جناحين لمصلحة طب أمراض النساء والتوليد وجناح لمصلحة الأشعة المركزية وجناح للمخبر المركزي، جناح مخصص لطب العمل وجناحين مخصصين لمصلحة طب العيون استشفاء رجال واستشفاء نساء اضافة الى قاعة العمليات، وكذلك مصلحة طب أمراض الأنف والأذن والحنجرة، اضافة الى جناح لمصلحة الأوبئة له مدخل مباشر عبر فناء المؤسسة الاستشفائية وله بناية أرضية منفصلة تجنباً للعدوى.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

أما الطابق الأول للمؤسسة يوجد به جناحان لمصلحة جراحة العظام والرضوض (استشفاء رجال و استشفاء نساء) وهناك مصلحة للجراحة العامة و المكونة من جناحين (استشفاء رجال و استشفاء نساء) وجناح لما بعد العمليات ومصلحة الانعاش و التخدير كما أن الطابق الأول يشمل جناحين لمصلحة التوليد للاستشفاء وقاعة للعمليات، فيما أضيف قبل حوالي 15 سنة بناية مخصصة في طابقها الأول للعمليات الجراحية لمختلف التخصصات الجراحية الطبية و يتضمن طابقها الأرضي مصلحة طب أمراض الكلى وتصفية الدم. أما الطابق الثاني للمؤسسة يتضمن مصلحة طب الأطفال بجناحين و مصلحة جراحة أطفال ومصلحة لطب أمراض الرئة والصدر ولها جناحين (استشفاء رجال و استشفاء نساء)، إضافة الى مصلحة الطب الداخلي والتي لها جناحين (استشفاء رجال و استشفاء نساء). كما يشمل الطابق تحت أرضي المصالح التالية: الصيدلية جناح مخصص المغسلة (Lingerie) ، المطبخ الرئيسي للمؤسسة الاستشفائية الذي يقدم وجبات للمرضى المقيمين و الفرق الطبية المناوبة.

الفناء الخلفي للمؤسسة يتضمن بناية تشمل مصلحة التكيف الوظيفي و مصلحة التشريح وعلم الخلايا كما تتوفر كذلك المؤسسة الاستشفائية على المصالح التالية : مصلحة طب الأورام السرطانية والطب الشرعي ومصلحة طب الأمراض العقلية حسب جدول الذي يبين مختلف مصالح ووحدات المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية. واستفاد المؤسسة من اعادة تهيئة وتجديد لعدة مصالح لعل أبرزها مصلحة الاستعجالات الطبية والجراحية ويسهر على حسن سير مختلف المصالح الصحية فرق طبية تتمتع بالكفاءة والتكوين اللازم في هذا المجال وهي مكونة من أطباء مختصين، أطباء عامين و مستخدمين شبه طبيين يعملون بنظام الدوام العادي و نظام المناوبة.

ثالثا: ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية:

يمكن الحديث عن مستويات الممارسة الفعلية للعلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان من خلال ثلاث مستويات: الادارة العليا للمديرية ممثل في مدير الصحة والسكان وتابع له مباشرة المكلف بالاتصال والمكلف بالإعلام الرقمي بالمديرية، الادارة الوسطى التي تتضمن رؤساء المصالح الخمس للمديرية والادارة السفلى رؤساء المكاتب والمرؤوسين. وتتضمن ممارسة العلاقات العامة الفعلية: مدير الصحة والسكان، المكلف بالاتصال لمديرية الصحة والمكلف بالإعلام الرقمي، رؤساء مصالح مديريةية الصحة والسكان، ومديري 6 مؤسسات الاستشفائية عمومية ومديري 7 مؤسسات صحية جوارية والمكلفين

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

بالإتصال بمؤسساتهم الاستشفائية والصحية الجوارية. كما يساهم في الأنشطة الاتصالية وحملات التحسيس والتوعية للأطعم الطبية والشبه طبية حسب طبيعة النشاط والفئة المستهدفة به.

- إذ أن لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية مكلف بالاتصال، استفاد من تكوين في اتصال الأزمت ولها أيضا مكلف بالإعلام الرقمي واستفاد كذلك من تكوين في هذا المجال:

اذ يتم الاشراف على الموقع الرسمي لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية (الذي لاحظنا عدم تحيينه بشكل دوري في فترة الدراسة) وكذا الاشراف على الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية ومتابعة كل ما ينشر فيها من فعاليات ونشاطات المديرية، وكل ما يهم القطاع الصحي في الولاية ومنها متابعة التعليقات المنشورة على الصفحة و الرد عليها.

- أما مكانة مكتب الاعلام والاتصال في الهيكل التنظيمي لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية فهو تابع لمصلحة السكان وممثل في مكتب الاعلام والتربية والاتصال، حسب العدد 38 للجريدة الرسمية الصادرة في 8 صفر 1419 هـ، ص 27¹ نرى أنها ليست مستقلة تنظيميا عن باقي المصالح و من حيث المكانة لا نرى أنها تابعة هيكليا مباشرة لمدير المؤسسة، بينما من حيث الممارسة أكد كل من قمنا بمقابلة معهم أنها تابعة مباشرة لمدير الصحة. ومع تأكيد البعض من الموظفين الذين لهم أقدمية أن خلية الاعلام والاتصال كان لها مكتب منذ انشاءها، وهي تابعة فعليا لمدير الصحة. مع الاشارة الى أنه في هذه الفترة لمديرية الصحة والسكان مكلف بالاتصال، وهو رئيس مصلحة الموارد البشرية و الشؤون القانونية. ومكلف بالإعلام الرقمي وهو رئيس خلية الاعلام الآلي بمديرية الصحة والسكان.

رابعا: أنشطة العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية

أهم أنشطة العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية الموجهة لجمهورها الداخلي والخارجي، يمكن التعرف عليها من خلال الاطلاع على برنامج الأنشطة والفعاليات التي يرمجتها، وأطلعنا عليه رئيس مصلحة السكان لمديرية الصحة والسكان بالمدية هو كآتي:²

¹ الجريدة الرسمية العدد 38 الصادرة في 8 صفر 1419 هـ، ص 27.

² مقابلة مع السيد كراش سليم رئيس مصلحة السكان بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية بالاعتماد على مراسلات تخص هذه الأنشطة والفعاليات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (14) يبين برنامج نشاطات العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية

المكان	التاريخ	صاحب النشاط	عنوان
حصص اذاعية الجامعة -معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	2021/05/05	مديرية الصحة والسكان بالمدية ترقية العلاج	La célébration de journée de la Sage femme
حصص اذاعية الجامعة -معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	27 و 28 2021/06/	وزارة الصحة والسكان واصلاح المستشفيات -مديرية الصحة والسكان بالمدية بالتنسيق مع المؤسسات الاستشفائية والجوارية	La Célébration de la journée mondiale de la lutte Contre la toxicomanie
-Plateforme vidéoconférence - المنصة الالكترونية	2021/06/29	وزارة الصحة والسكان واصلاح المستشفيات	Formation des Sage femme pour la réanimation du nouveau-né en salle d'accouchement
-Plateforme vidéoconférence - المنصة الالكترونية	04/10/2021	وزارة الصحة والسكان واصلاح المستشفيات	Célébration du mois Rose (Cancer du sein)
-Plateforme Vidéoconférence -مكاتب الأطباء العامون وطب الأطفال	2021/10/18	وزارة الصحة والسكان واصلاح المستشفيات	Formation : La prise en charge du nouveau-né atteint de COVID-19 Médecin Généraliste et Pédiatre
-Plateforme vidéoconférence - المنصة الالكترونية	24/12/2021	وزارة الصحة والسكان واصلاح المستشفيات	Formation des Médecins sur Le dépistage du cancer du col, plus mammographie
-Plateforme vidéoconférence - المنصة الالكترونية	26/04/2022	وزارة الصحة والسكان واصلاح المستشفيات ووزارة الشؤون الدينية	Journée de la Formation des morchidates
حصص اذاعية لقاءات علمية بالجامعة المدية معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	2022/07/11	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	Célébration de journée mondiale de la population le 11/07 de chaque année

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

حصص اذاعية لقاءات علمية بالجامعة المدية معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	2022/10/10	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	اليوم العالمي لصحة العقلية La journée mondiale de la Santé Mentale
حصص اذاعية لقاءات علمية بالجامعة المدية -معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	13 الى غاية 2022/11/20	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	La célébration de la semaine nationale de l'allaitement maternelle
حصص اذاعية لقاءات علمية بالجامعة المدية معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	25/11/2022	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	احياء اليوم العالمي لمكافحة العنف ضد المرأة
حصص اذاعية لقاءات علمية بالجامعة المدية معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	2022/12/03	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية et DAS التضامن	الاحتفال باليوم العالمي لذوي الاحتياجات الخاصة
حصص اذاعية لقاءات علمية بجامعة المدية معهد التكوين العالي في الشبه الطبي بالمدية	04/02/2023	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	La célébration de journée mondiale de la lutte contre le cancer
بقاعة المحاضرات لجامعة المدية	2024/05/20	نظم بالتنسيق مع مديرية الصحة والسكان لولاية المدية	11 ^{ème} journée D'étude Médico-Chirurgicale ¹
بقاعة المحاضرات لجامعة المدية	2024/05/27	مديرية التكوين لوزارة الصحة	Programme de la 2 ^{ème} session de 14 ^{ème} journée de formation des paramédicaux sur le thème : Organisation

¹ أنظر الملحق رقم 05 (11^{ème} journée D'étude Médico-Chirurgicale)

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

			des soins dans un établissement de santé » ¹
بقاعة المحاضرات بجامعة المدية	30 و 31 ماي 2024	نظم بالتنسيق مع مديرية الصحة والسكان لولاية المدية من طرف جمعية الحكيم للأطباء العامين بولاية المدية	المؤتمر التاسع بن يوسف بن خدة لأمراض القلب و الأمراض المزمنة

- و يمكن التعرف أكثر على أهم الأنشطة التي أشرفت على تنظيمها مديرية الصحة والسكان من خلال الاطلاع عليها ومتابعتها على الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية² "فايسبوك" ومن بينها النشاطات المذكورة أدناه في

الجدول رقم 15: أنشطة تم متابعتها عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية "فايسبوك"

المكان	التاريخ	صاحب النشاط	طبيعة النشاط
المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية	7 جوان 2024	المؤسسة العمومية الاستشفائية بالمدية و جمعية الشفاء الجزائرية الفرنسية	الأيام الطبية الجراحية
المؤسسة الاستشفائية لبني سليمان (المدية)	جوان 2024	المؤسسة الاستشفائية لبني سليمان (المدية)	أيام تكوينية تكوين متواصل للممرضين حول فرز النفايات الاستشفائية من طرف الدكتور اعمير عبد المالك أخصائي مساعد في الطب الوقائي
مراكز الطعام بالثانوية (المدية)	8 جوان 2024	المؤسسة الجوارية العمومية بالتنسيق مع مصالح التجارة والفلاحة	زيارة ميدانية الى مراكز امتحان شهادة البكالوريا لمعاينة ومراقبة مراكز الاطعام
ثانوية هلال محمد دائرة سغوان (المدية)	8 جوان 2024	اللجنة المختلطة ممثل المؤسسة الجوارية للصحة العمومية و ممثل مصالح التجارة وطبيب البيطري	زيارة ميدانية الى مراكز امتحان شهادة البكالوريا لمعاينة ومراقبة مراكز الاطعام ونظافتها
ولاية المدية	جوان 2024	ولاية المدية	بيان اعلامي استقبال والي ولاية المدية رفقة مدير الصحة والسكان لولاية المدية للطايم الطبي المشارك في الفعاليات الطبية الجراحية لتتمين العمل الجمعي

¹ أنظر الملحق رقم 04: Programme de la 2^{ème} session de la 14^{ème} journée de formation des paramédicaux sur le thème : « Organisation des soins dans un établissement de santé »

(2) الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية تاريخ التصفح جوان 2024

المبحث الثاني: قراءة وتحليل نتائج الدراسة

أولاً: أهمية العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية

الجدول رقم (16) يبين الجهة الادارية التي تتبع لها جهاز العلاقات العامة (خلية الاعلام والاتصال) بالمديرية

النسبة	التكرار	الإجابة
48%	24	الى مدير الصحة مباشرة
18%	9	الى مصلحة السكان
12%	6	الى مصلحة اخرى
22%	11	دون إجابة
100%	50	المجموع

تبين لنا معطيات الجدول أعلاه أن 24 من إجابات مستخدمي مديرية الصحة ترى أن الجهة التابعة لها خلية الاعلام والاتصال (جهاز العلاقات العامة) هو مدير الصحة مباشرة أي بنسبة 48 % وهي أعلى نسبة مقارنة بالإجابات الأخرى.

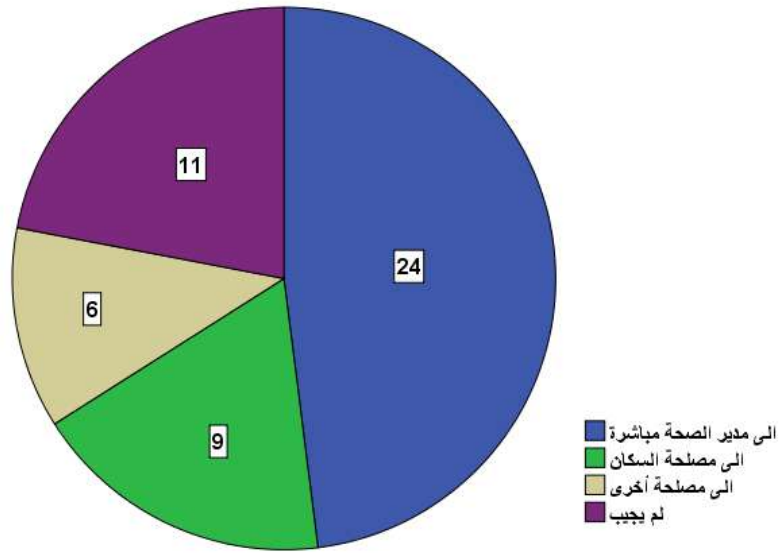
و9 من اجابات مستخدمي مديرية الصحة والسكان ترى أن جهة التابعة لها خلية الاعلام والاتصال هي مصلحة السكان أي بنسبة 18%. بينما 6 من اجابات مستخدمي مديرية الصحة والسكان التي ترى أن هناك جهات ادارية أخرى تابعة لها خلية الاعلام والاتصال هي مصلحة السكان أي بنسبة 12 %. فيما لم يجب عن السؤال 11 مستخدم بمديرية الصحة والسكان أي بنسبة 22 %.

الاجابة عن هذا السؤال تفيدنا في قياس مدى استقلالية الفعلية لجهاز العلاقات العامة (خلية الاعلام والاتصال) أو التبعية لمصلحة أخرى مما يؤكد أو ينفي أحد المبادئ الأساسية لممارسة العلاقات العامة الممتازة ويمكن أن نستدل من تحليلنا لبيانات الجدول أن جهاز العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدينة تابع من حيث الممارسة الفعلية لمدير الصحة ومع هذا يبقى هذا لا ينفي تبعيته تنظيمياً من حيث الهيكل التنظيمي الى مصلحة السكان بالمديرية، مما لا يحقق مبدأ استقلالية ادارة العلاقات العامة الممتازة عن باقي المصالح.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

كما تظهر نتائج الجدول ونستشف منها أن ادارة العلاقات العامة تتبع مباشرة لمدير المؤسسة أي أن مسؤولها يتواصل مباشرة معه أي أنها تتمتع بمبدأ الابلأغ المباشر كما أن المكلف الفعلي بالاتصال رئيس مصلحة الموارد البشرية وهو من اطارات المديرية مما يحقق مبدأ تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيم أو الابلأغ المباشر كما أنه تم اقتراح من المديرية رفع الى وزارة الصحة حسب المكلف بالاتصال بالمديرية لترقية ادارة العلاقات العامة من مجرد مكتب الى مصلحة مختصة مستقلة عن باقي المصالح الادارية بالمديرية.

الشكل رقم (7) يمثل دائرة نسبية تبين اجابات المستخدمين عن أي جهة ادارية تابع لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان بالمدية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

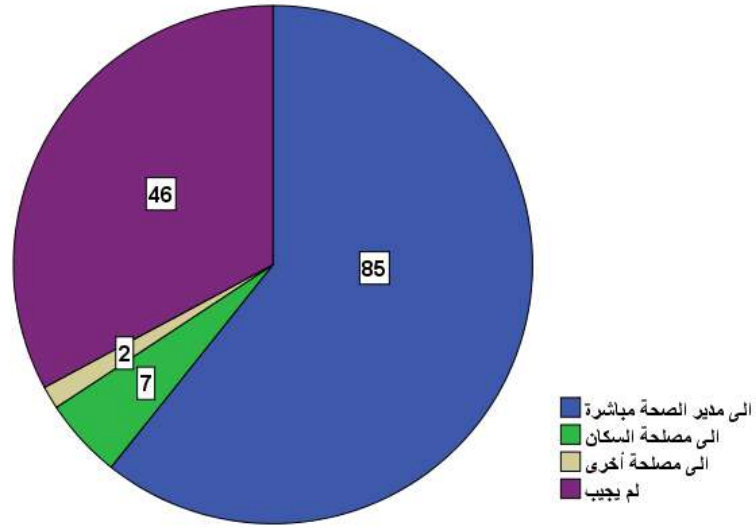
الجدول رقم (17) يبين الجهة الادارية التابعة لها جهاز العلاقات العامة (خلية الاعلام والاتصال) بمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدية

النسبة	التكرار	الاجابة
%60,7	85	الى مدير الصحة مباشرة
%5	7	الى مصلحة السكان
%1,4	2	الى مصلحة اخرى
%32,9	46	دون اجابة
%100	140	المجموع

- يظهر لنا الجدول أن 85 مستخدم (EPH-Médéa) أجاب بأن خلية الاعلام والاتصال تابعة لمدير الصحة مباشرة أي ما يمثل نسبة %60.7 من اجمالي المبحوثين.
- 7 مستخدمين (EPH-Médéa) أجابوا بأن خلية الاعلام والاتصال تابعة لمصلحة السكان أي ما يمثل نسبة 5% من اجمالي المبحوثين.
- (2) مستخدمين (EPH-Médéa) أجابا بأن خلية الاعلام والاتصال تابعة لمصلحة أخرى أي ما يمثل نسبة 1.4% من اجمالي المبحوثين.
- فيما لم يجب 46 مستخدم (EPH-Médéa) عن أي جهة تتبع لها خلية الاعلام والاتصال أي ما يمثل نسبة 32.9% من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالات الثلاث فهي كآتي:
- عدد الاجابات الكلي للمستخدمين (EPH-Médéa) هو 94، وتمثل 85 اجابة منها الاجابات المستخدمين الذين أجابوا بأنها تابعة لمدير الصحة أي بنسبة 90.4% من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 7.5% عدد الاجابات التي رأت بأنها تابعة لمصلحة السكان والمتبقي اجابتين (2) أي بنسبة 2.1 رأت بأنها تابعة لمصلحة أخرى.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (29) يمثل دائرة نسبية تبين الجهة الادارية التابع لها مكتب خلية الاعلام والاتصال بالمديرية حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية



الجدول رقم (18) يبين إجابات المستخدمين حول مدى ايلاء الادارة العليا للمديرية أهمية للاتصال والعلاقات العامة

النسبة	التكرار	الإجابة
% 74	37	نعم
% 22	11	لا
% 4	2	دون إجابة
% 100	50	المجموع

يظهر لنا الجدول أن 37 مستخدم لـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 74 % وتمثل أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

كما أن 11 مستخدم لـ (DSP-Médéa) كانت اجابتهم بأن الادارة العليا لمديرية الصحة لا تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 22 % من اجمالي المبحوثين.

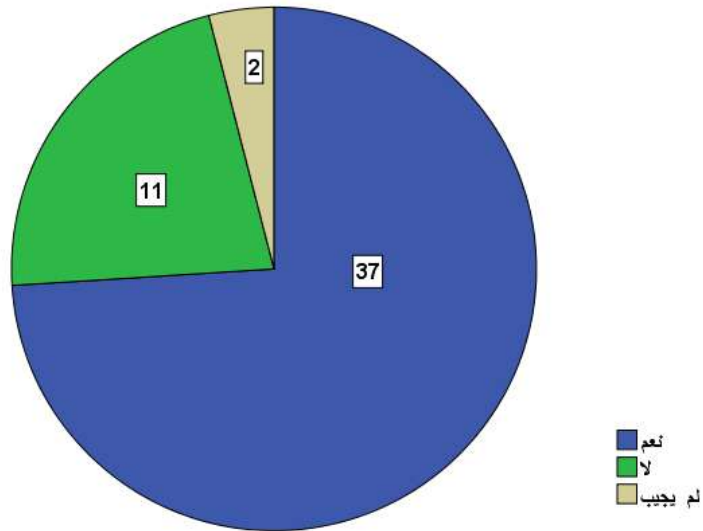
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

و2 مستخدمين لـ (DSP-Médéa) لم يجيبا عن السؤال المتعلق بإيلاء الإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 4 % من اجمالي المبحوثين.

من خلال ما سبق نستخلص أن غالبية مستخدمي مديرية الصحة والسكان بالمدينة يرون أن الإدارة العليا لمديرية تولي اهتمام للاتصال والعلاقات العامة وهذا مؤشر مهم على ممارسة العلاقات العامة بالمديرية وفي هذا الشأن العلاقات العامة تنطلق من الداخل الى الخارج، وهذا ما يبرز أهمية الاهتمام بمكتب خلية الاعلام والاتصال بالمديرية التي تعمل على تنسيق وتنظيم الاعلام والاتصال وأنشطة العلاقات العامة في قطاع الصحة على المستوى المحلي.

هذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (8) يمثل دائرة نسبوية تبين مدى أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا للمديرية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (19) يبين مدى ايلاء الادارة العليا لمديرية الصحة والسكان أهمية للاتصال والعلاقات العامة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

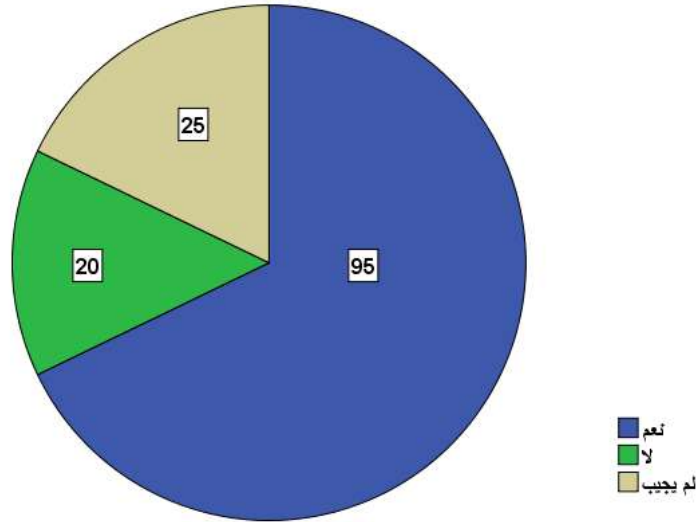
الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	95	67,9%
لا	20	14,3%
دون اجابة	25	17,9%
المجموع	140	100%

- يظهر لنا الجدول أن 95 مستخدم (EPH-Médéa) أجاب بأن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 67.9 % وهم الأغلبية وأعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- 20 مستخدم (EPH-Médéa) أجابوا بأن الادارة العليا لمديرية الصحة لا تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 14.3 % من اجمالي المبحوثين.
- (25) مستخدم (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال المتعلق بإيلاء الادارة العليا للمديرية أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 17.9 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالات الثلاث فهي كآتي:
- عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 115، وتمثل 95 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بنعم تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 82.6 % من عدد هذه الاجابات، بينما 20 عدد الاجابات التي رأت بأن المديرية لا تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 17.4 %.
- من خلال ما سبق نستخلص أن غالبية مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية يرون أن مديرية الصحة تولي اهتمام للاتصال والعلاقات العامة وهذا مؤشر يمكن أن نلمسه كأثر راجع الى ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة ومع مستخدمي المؤسسات الصحية الاستشفائية والجمهور الخارجي للمديرية. ونوصي في هذا الشأن بضرورة الاهتمام بمكاتب الاعلام والاتصال على مستوى المؤسسات الصحية والعمل بشكل متناسق وبتناغم مع خلية الاعلام والاتصال على مستوى مديرية الصحة التي

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

تعمل على تنسيق وتنظيم الاعلام والاتصال وأنشطة العلاقات العامة في قطاع الصحة على المستوى المحلي.

الشكل رقم (30) يمثل دائرة نسبية تبين مدى إيلاء الإدارة العليا للمديرية الصحة أهمية للاتصال و العلاقات العامة



الجدول رقم (20) يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان:

النسبة	العدد	الإجابة
% 44	22	اهمية كبيرة
% 26	13	اهمية متوسطة
% 2	1	أهمية بسيطة
% 28	14	دون إجابة
% 100	50	المجموع

تبين لنا معطيات الجدول أعلاه أن 22 من إجابات مستخدمي مديرية الصحة ترى أن الإدارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 44 % وهي أعلى نسبة مقارنة

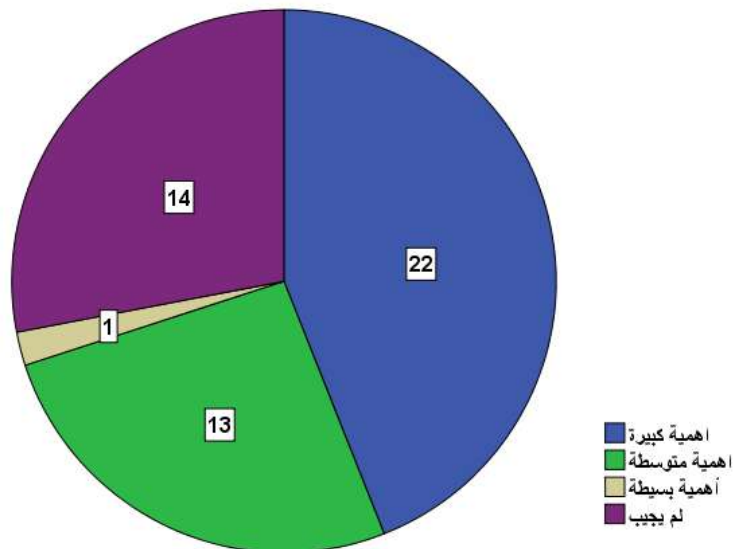
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

بالإجابات الأخرى للمبحثن. و13 مستخدم لـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 26 % من اجمالي المبحوثين. بينما أجاب 1 مستخدم لـ (DSP-Médéa) أجاب بأن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية بسيطة للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 2% من اجمالي المبحوثين. فيما 14 مستخدم لـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال المتعلق بمستوى أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 28 % من اجمالي المبحوثين.

أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالات الثلاث فهي كآتي:

- عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 36، وتمثل 22 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن مديرية الصحة تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 61.1 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 13 عدد الاجابات التي رأت بأن المديرية تولي أهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 36.1 بالمئة بينما تمثل 1 اجابة واحدة من عدد الاجابات التي رأت أن مديرية الصحة تولي أهمية بسيطة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 2.8 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن ما يفوق 61.1 بالمئة من المجيبين عن السؤال يرون أن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة وهي أعلى نسبة من اجمالي الاجابات.

الشكل رقم (9) يمثل دائرة نسبية تبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا للمديرية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (21) يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
اهمية كبيرة	49	35%
اهمية متوسطة	38	27,1%
أهمية بسيطة	13	9,3%
دون اجابة	40	28,6%
المجموع	140	100%

- 49 مستخدم (EPH-Médéa) أجاب بأن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 35 % وهم الأغلبية وأعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- 38 مستخدم (EPH-Médéa) أجابوا بأن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 27.1 % من اجمالي المبحوثين.
- 13 مستخدم (EPH-Médéa) أجابوا بأن الادارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية بسيطة للاتصال والعلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 9.3 % من اجمالي المبحوثين.
- 40 مستخدم (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال المتعلق بمستوى أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 28.6 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالات الثلاث فهي كآتي:
- عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 100، وتمثل 49 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن مديرية الصحة تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 49 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 38 عدد الاجابات التي رأت بأن المديرية تولي أهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 38 بالمئة بينما تمثل 13 عدد الاجابات التي رأت أن مديرية الصحة تولي أهمية بسيطة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 13 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- من خلال هذه النتائج نستخلص أن ما يقارب نصف المجيبين عن السؤال يرون أن الإدارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة. وهي أعلى نسبة من اجمالي الاجابات.

الجدول رقم (22) يبين اجابات المستخدمين عن الجهة التي يفضلون الاتصال بها لطرح انشغالاتهم

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
مدير المؤسسة	27	% 45
رئيس المصلحة التي تنتمي اليها	28	% 46.7
المكلف بالإعلام والاتصال	2	% 3.3
جهة أخرى	3	% 5
المجموع	60	% 100

يظهر لنا الجدول أن 28 مستخدم لـ (DSP-Médéa) أجابوا أنهم يفضلون الاتصال برئيس المصلحة التي ينتمون اليها أي ما يمثل نسبة 46.7 % من عدد اجمالي الاجابات وتمثل أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

و 27 مستخدم (DSP-Médéa) أجابوا أنهم يفضلون الاتصال بمدير المؤسسة أي ما يمثل نسبة 45 % من عدد اجمالي الاجابات. فيما 3 مستخدمين لـ (DSP-Médéa) أجابوا أنهم يفضلون الاتصال بجهة أخرى أي ما يمثل نسبة 5 % من عدد اجمالي الاجابات. اذ أجاب مستخدمين أنهما يفضلان الاتصال برئيس مصلحة الموارد البشرية وأجاب مستخدم بأنه يفضل الاتصال بالنقابة العمالية.

و 2 مستخدمين (DSP-Médéa) أجابا أنهما يفضلان الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية أي ما يمثل نسبة 3.3 % من عدد اجمالي الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (23): يبين الجهة التي يفضل المستخدم الاتصال بها لترح انشغاله بمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدية

النسبة	التكرار	الإجابة
20 %	39	مدير الصحة
5.13 %	10	رئيس مصلحة بديرية الصحة
5.13 %	10	مكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة
27.69 %	54	مدير المؤسسة التي تنتمي اليها
33.85 %	66	رئيس المصلحة التي تنتمي اليها
7.69 %	15	مكلف بالإعلام والاتصال بالمؤسسة التي تنتمي اليها
0.51 %	1	جهة أخرى
100 %	195	المجموع

-يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنهم يفضلون الاتصال برئيس المصلحة التي ينتمون اليها يبلغ (66) تكرار أي بنسبة 33.85 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بتكرار مختلف الاجابات.

-ليليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنهم يفضلون الاتصال بمدير المؤسسة التي تنتمون اليها يبلغ (54) تكرار أي بنسبة 27.69 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

-ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنهم يفضلون الاتصال بمدير الصحة يبلغ (39) تكرار أي بنسبة 20 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

-وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنهم يفضلون الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بالمؤسسة التي تنتمون اليها ويبلغ (15) تكرار أي بنسبة 7.69 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

-ليليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنهم يفضلون الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة ويبلغ (10) تكرار أي بنسبة 5.13 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

-وعدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنهم يفضلون الاتصال برئيس مصلحة بمديرية الصحة يبلغ (10) تكرار أي بنسبة 5.13% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

-وأخيرا عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنهم يفضلون الاتصال بجهة أخرى يبلغ (1) تكرار أي بنسبة 0.51% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (24) يبين اجابات المستخدمين إذا سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال (مسؤول العلاقات العامة) في المديرية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	23	46%
لا	23	46%
دون اجابة	4	8%
المجموع	50	100%

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين اجابوا أنه سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال يبلغ (23) تكرار أي بنسبة 46% من العدد الاجمالي للمبحوثين والذي تساوى مع عدد المستخدمين الذين اجابوا أنه لم يسبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية والذي بلغ كذلك (23) تكرار أي بنسبة 46% من اجمالي المبحوثين.

- أما عدد المستخدمين الذين لم يجيبوا عن السؤال بلغ (4) أي ما نسبته 8% من اجمالي المبحوثين.

- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

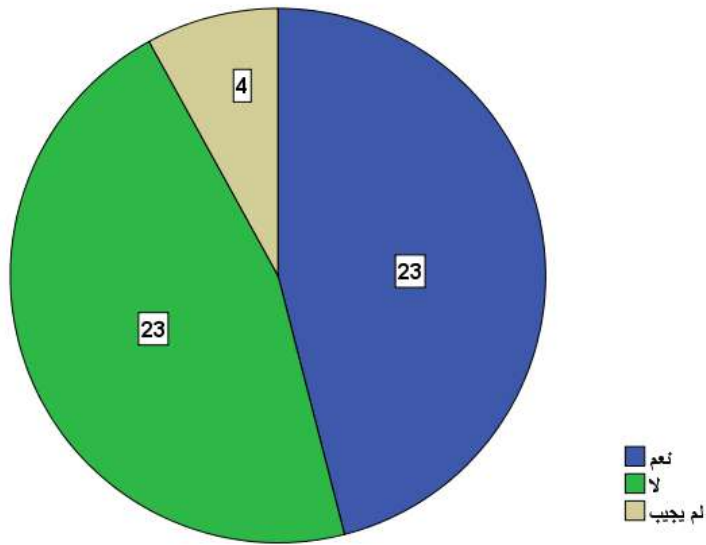
- عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 46، وتمثل 23 اجابة منها اجابات المستخدمين الذين اجابوا بأنه سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان أي بنسبة 50 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 23 عدد الاجابات التي أجابت بأنه لم يسبق لها الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية أي بنسبة 50 بالمئة من عدد المجيبين.

- من خلال هذه النتائج نستخلص أن نصف (50%) المجيبين عن السؤال سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال والنصف المتبقي من المجيبين المبحوثين لم يسبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية وهذا ما يجعلنا نسلط الضوء على ضرورة التعريف بمهام ووظائف القائم

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

بالإعلام والاتصال في المؤسسة واختيار موقع استراتيجي لمكان تواجد الخلية على مستوى المديرية بحيث تكون قريبة من مكتب مدير المؤسسة والادارة العليا و قريبة من مدخل المؤسسة لتيسير استقبال موظفي المؤسسة وتعريف بموقعها عبر مختلف اللقاقات التوجيهية كما لابد للمكلف بالإعلام والاتصال أن يوجه جزء من نشاطات العلاقات العامة لاستهداف جمهور المؤسسة الداخلي (مستخدمي مديرية الصحة والسكان).

الشكل رقم (10) تمثل دائرة نسبية تبين ان سبق للمستخدمين الاتصال بالمكلف بالاعلام والاتصال لمديرية الصحة



الجدول رقم (25) يبين مدى اتصال مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمكلف بالإعلام والاتصال (مسؤول العلاقات العامة) لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	40	% 28,6
لا	92	% 65,7
دون اجابة	8	% 5,7
المجموع	140	% 100

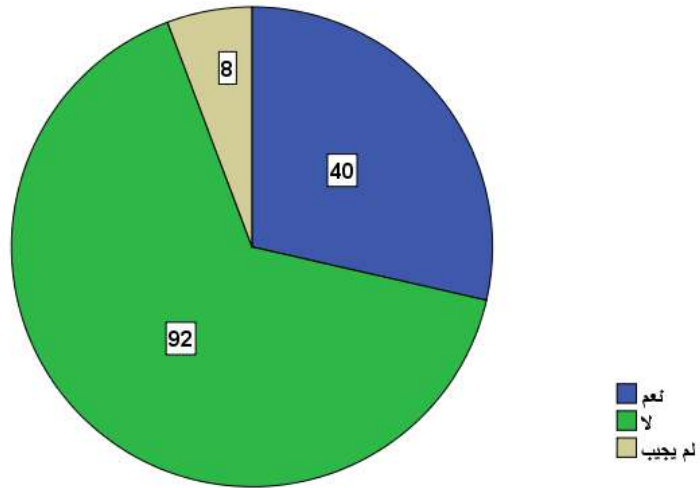
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنه لم يسبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال يبلغ (92) تكرر أي بنسبة 65.7 % من العدد الاجمالي المبحوثين وهي الأعلى نسبة مقارنة بباقي النسب.
- عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أنه سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية الذي بلغ (40) تكرر أي بنسبة 28.6 % من اجمالي المبحوثين.
- أما عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين لم يجيبوا عن السؤال بلغ (8) أي ما نسبته 5.7 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 132، وتمثل 92 اجابة منها اجابات المستخدمين الذين أجابوا بأنه لم يسبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان أي بنسبة 69.7 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 40 عدد الاجابات التي أجابت بأنه سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية أي بنسبة 30.3 بالمئة من عدد المجيبين.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن أكثر من ثلثي المجيبين عن السؤال (69.7 %) لم يسبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال و أقل بقليل من ثلث المجيبين أي (30) مبحوث سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية وتفسر النتائج على أن المؤسسة الاستشفائية لها مكتب اعلام واتصال على مستواها وبالتالي الموظفين يتواصلون بمكتب الاتصال على مستوى المؤسسة، وطبيعة مهامهم أذ أن غالبيتهم أطباء وممرضين والتي تتطلب تقديم خدمة صحية آنية ومتواصلة على مستوى مصالح الاستشفائية، ما يجعلهم يتواصلون أكثر مع رؤساء المصالح التي ينتمون اليها، والاتصال بمدير المؤسسة و مدير الصحة اذ اقتضى الأمر. ما يجعلنا نوصي بضرورة التعريف بمكتب الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والقائم بمهامه وتمكينه من القيام بمهامه في أحسن الظروف، واختيار موقع استراتيجي لمكان تواجد الخلية على مستوى المديرية، بحيث تكون قريبة من مكتب مدير المؤسسة والادارة العليا و قريبة من مدخل المؤسسة لتيسير استقبال موظفي المؤسسة، وتعريف بموقعها عبر الموقع الالكتروني للمديرية و المؤسسات الاستشفائية وصفحاتها الرسمية.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

وكذا عبر مختلف لافقات التوجيه على مستوى المديرية. كما لابد للمكلف بالإعلام والاتصال أن يوجه جزء من نشاطات العلاقات العامة لاستهداف أكثر لمستخدمي المؤسسات الاستشفائية والناشطين في الميدان الصحي.

الشكل رقم (31) يمثل دائرة نسبية تبين مدى قيام مستخدموا المؤسسة الاستشفائية بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (26) يبين اجابات مستخدمين المديرية عن سبب اتصالهم بالمكلف بالإعلام والاتصال (مسؤول العلاقات العامة) لمديرية الصحة والسكان

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
30 %	12	الاطلاع على المستجدات
22.5 %	9	المشاركة في نشاط
15 %	6	تقديم مقترحات
7.5 %	3	رفع شكوى
7.5 %	3	تقديم طلب
12.5 %	5	لأمر شخصي
5 %	2	أخرى أذكرها
100 %	40	المجموع

- تبين لنا نتائج الجدول أن عدد المستخدمين الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو الاطلاع على المستجدات يبلغ (12) تكرار أي بنسبة 30% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بتكرار مختلف الاجابات.
- لتليها في المرتبة الثانية عدد المستخدمين الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو المشاركة في نشاط يبلغ (9) تكرارات أي ما نسبته 22.5% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات المحصل عليها.
- ثم في المرتبة الثالثة عدد المستخدمين الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو تقديم مقترحات يبلغ (6) تكرارات أي بنسبة 15% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات المحصل عليها.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ثم تليها في المرتبة الرابعة عدد المستخدمين الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو لأمر شخصي يبلغ (5) تكرارات أي بنسبة 12.5% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات المحصل عليها.
- ثم المرتبة الخامسة عدد المستخدمين المجيبين أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال رفع شكوى و يبلغ (3) تكرارات أي بنسبة 7.5 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات الاجمالي.
- وفي نفس المرتبة عدد المستخدمين المجيبين أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو تقديم طلب يبلغ (3) تكرارات أي بنسبة 7.5% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات المحصل عليها.
- ثم في المرتبة الأخيرة عدد المستخدمين الذين أجابوا أن هناك أسباب أخرى لاتصالهم بالمكلف بالإعلام والاتصال يبلغ (2) تكراران أي بنسبة 5% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات المحصل عليها وهذه الأسباب متمثلة في أخذ نظرة شاملة عن العمل بتكرار واحد وفي إطار عمل كل ما يخص الاعلام والاتصال بتكرار واحد فقط.

الجدول رقم (27) يبين سبب اتصال مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بمسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية

النسبة	التكرار	الاجابة
18.18 %	12	للاطلاع على مستجدات أو معلومات حول المجال الصحي
19.70 %	13	المشاركة في نشاط
13.64 %	09	تقديم مقترحات
19.70 %	13	تقديم طلب
12.12 %	08	لأمر شخصي
13.63 %	09	رفع شكوى
03.03 %	02	أخرى
100 %	66	المجموع

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو المشاركة في نشاط يبلغ (13) تكرر أي بنسبة 19.70% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات مساوية عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو تقديم طلب يبلغ (13) تكرر أي بنسبة 19.70% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهما أعلى نسبتين مقارنة بتكرار مختلف الاجابات.
 - ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو الاطلاع على مستجدات أو معلومات حول المجال الصحي يبلغ (12) تكرر أي بنسبة 18.18% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو تقديم مقترحات يبلغ (9) تكرر أي بنسبة 13.64% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - وعدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو رفع شكوى يبلغ (9) تكرر أي بنسبة 13.64% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - ليتها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن سبب الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال هو لأمر شخصي يبلغ (8) تكرر أي بنسبة 12.12% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن هناك أسباب أخرى لاتصالهم بالمكلف بالإعلام والاتصال يبلغ (2) تكرر أي بنسبة 3.03% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- الجدول رقم (28) يبين اجابة المستخدمين عن مدى تجاوب مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) معهم

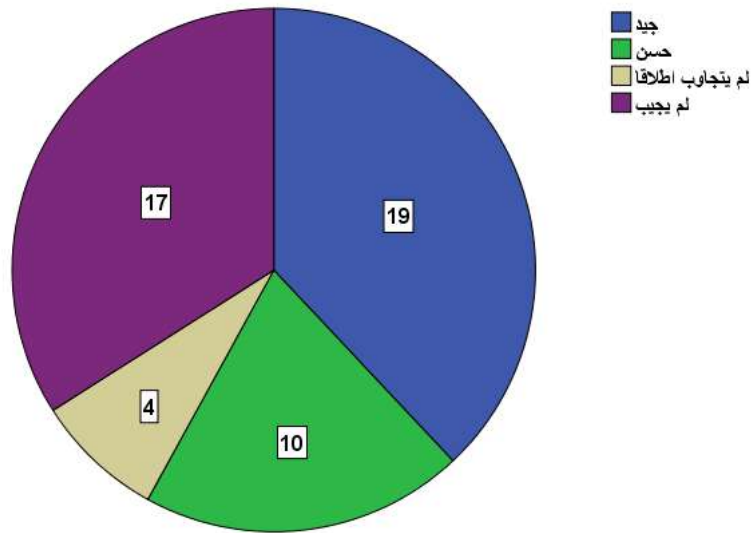
الاجابة	التكرار	النسبة
جيد	19	38%
حسن	10	20%
لم يتجاوب اطلاقا	4	8%
دون اجابة	17	34%
المجموع	50	100%

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين اجابوا أن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال كان جيد يبلغ (19) تكرر أي بنسبة 38 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى وعدد المستخدمين الذين أجابوا أن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال كان حسن بلغ (10) تكرارات أي بنسبة 20 % و 4 المستخدمين الذين أجابوا أن هذا المكلف لم يتجاوب معهم اطلاقا أي 8% من اجمالي المجيبين.

- و 17 مستخدم لم يجيب عن السؤال أي بنسبة 34% من اجمال عناصر العينة بالمديرية.

الشكل رقم (11) يمثل دائرة نسبوية تبين مدى تجاوب المكلف بالاعلام والاتصال مع المستخدم



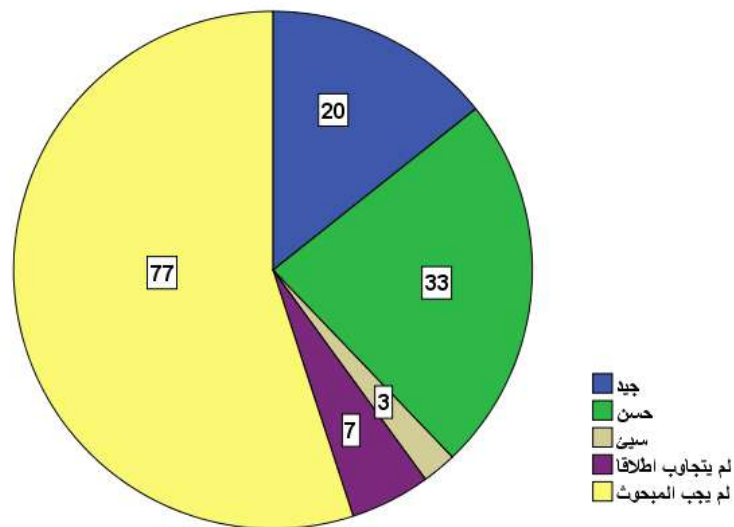
الجدول رقم (29) يبين مدى تجاوب مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة مع مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
جيد	20	14,3 %
حسن	33	23,6 %
سيئ	3	2,1 %
لم يتجاوب اطلاقا	7	5 %
دون اجابة	77	55 %
المجموع	140	100 %

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال كان حسن بلغ (33) تكرر أي بنسبة 23.6 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي الأعلى وعدد المستخدمين الذين أجابوا أن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال كان حسن بلغ (20) تكرارات أي بنسبة 14.3 % وعدد المستخدمين الذين أجابوا أن هذا المكلف لم يتجاوب معهم اطلاقا بلغ 7 تكرارات أي بنسبة 5% من اجمالي المبحوثين.
- عدد المستخدمين الذين اجابوا أن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال كان سيء بلغ (3) تكرر أي بنسبة 2.1 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات
- و77 مستخدم لم يجيبوا عن السؤال أي بنسبة 55 % من العدد الاجمالي للمبحوثين.
- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 63، وتمثل 33 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم حسن أي بنسبة 52.4 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 20 عدد الاجابات التي رأوا بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم كان جيد أي بنسبة 31.7 بالمئة و تمثل 7 عدد الاجابات أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال لم يتجاوب اطلاقا معهم أي بنسبة 11.1 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- بينما تمثل 3 عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم كان سيء أي بنسبة 4.8 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.

الشكل رقم (32) يمثل دائرة نسبية تبين مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية مع مستخدمي المؤسسة الاستشفائية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

ثانيا: ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان في قطاع الصحة العمومية بولاية المدية

الجدول رقم (30) يبين المواصفات التي يتحلى بها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) بالمديرية:

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
القدرة على التواصل	29	29.90 %
القدرة على الاقتناع والتأثير	13	13.40 %
القدرة على التحرير	10	10.31 %
القدرة على الاستماع	21	21.65 %
القدرة على القاء الخطب	9	9.28 %
القدرة على القراءة	10	10.31 %
أخرى	5	5.15 %
المجموع	97	100 %

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين المواصفات التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على التواصل يبلغ (29) تكرار أي بنسبة 29.90 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- ليلها عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين المواصفات التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي لقدرة على الاستماع الذي يبلغ (21) تكرار أي بنسبة 21.65 % من عدد اجمالي تكرار الاجابات

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ثم عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين المواصفات التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على الاقناع والتأثير الذي يبلغ (13) تكرار أي بنسبة 13.40% من عدد اجمالي تكرار الاجابات.
- يليها عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين المواصفات التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على القراءة التي تبلغ (10) تكرارات أي بنسبة 10.31 بالمئة. متساوية مع عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين المواصفات التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على التحرير وتبلغ (10) تكرارات أي بنسبة 10.31% من عدد اجمالي تكرار الاجابات.
- بعدها عدد المستخدمين الذين اجابوا أن المواصفات التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على القاء الخطاب الذي يبلغ (9) تكرار أي بنسبة 9.28 % من عدد اجمالي تكرار الاجابات.
- وفي الأخير عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين المواصفات التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هناك مواصفات أخرى يبلغ (5) تكرار أي بنسبة 5.15 % من عدد اجمالي تكرار الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (31) يبين المهارات الاتصالية (الموصفات) التي يتحلى بها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

النسبة	التكرار	الاجابة
% 30.82	90	القدرة على التواصل
% 20.89	61	القدرة على الاقناع والتأثير
% 8.56	25	القدرة على التحرير
% 19.52	57	القدرة على الاستماع
% 10.82	31	القدرة على القاء الخطاب
% 08.90	26	القدرة على القراءة
% 0.69	02	أخرى
% 100	292	المجموع

- عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين المهارات الاتصالية (الموصفات) التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على التواصل يبلغ (90) تكرار أي بنسبة 30.82% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين المهارات الاتصالية (الموصفات) التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على الاقناع والتأثير يبلغ (61) تكرار أي بنسبة 20.89% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين المهارات الاتصالية (الموصفات) التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على الاستماع ويبلغ (57) تكرار أي بنسبة 19.52% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- لمتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين المهارات الاتصالية (المواصفات) التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على القاء الخطاب يبلغ (31) تكرار أي بنسبة 10.62% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين المهارات الاتصالية (المواصفات) التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على القراءة يبلغ (26) تكرار أي بنسبة 8.90% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين المهارات الاتصالية (المواصفات) التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة هي القدرة على التحرير يبلغ (25) تكرار أي بنسبة 8.56% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وأخيرا عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن هناك المهارات الاتصالية (المواصفات) أخرى يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة يبلغ (2) تكرار أي بنسبة 0.69% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

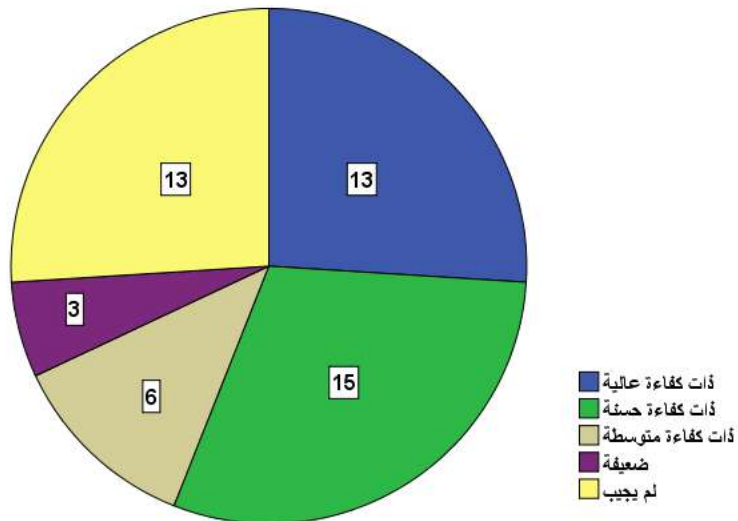
الجدول رقم (32) يبين رأي المستخدمين عن المهارات الاتصالية التي يتسم بها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة والسكان

الاجابة	التكرار	النسبة
ذات كفاءة عالية	13	26 %
ذات كفاءة حسنة	15	30 %
ذات كفاءة متوسطة	6	12 %
ضعيفة	3	6 %
دون اجابة	13	26 %
المجموع	50	100 %

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة حسنة يبلغ (15) تكرر أي بنسبة 30 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى ثم عدد المستخدمين الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة عالية يبلغ (13) تكرر أي بنسبة 26 % ليلها 6 مستخدمين يرون أن المهارات الاتصالية لهذا المكلف ذات كفاءة متوسطة أي بنسبة 12% وفي الأخير 3 مستخدمين يرون أن المهارات الاتصالية لهذا المكلف ذات كفاءة ضعيفة أي بنسبة 6% من اجمالي المجيبين فيما لم يجب عن السؤال 13 مستخدم أي ما يمثل 26 % من اجمالي عينة الدراسة.

الشكل رقم (12) يمثل دائرة نسبية تبين رأي المستخدمين في المهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالاتصال



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

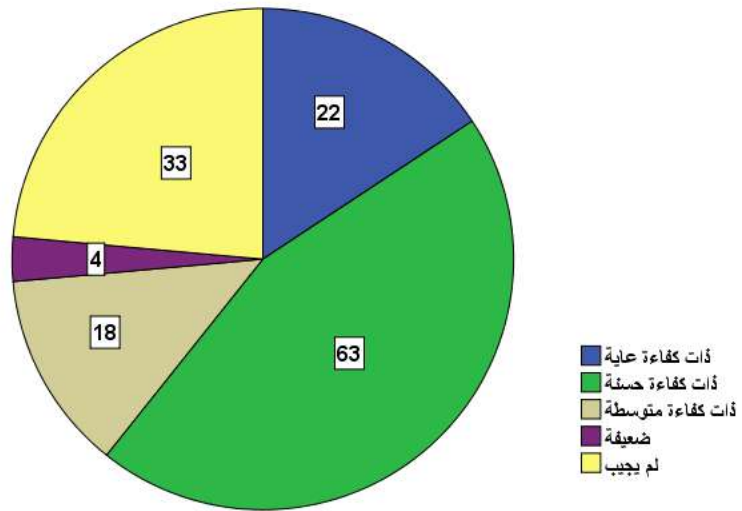
الجدول رقم (33) يبين مستوى المهارات التي يتسم بها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة و السكان حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
ذات كفاءة عالية	22	15,7 %
ذات كفاءة حسنة	63	45 %
ذات كفاءة متوسطة	18	12,9 %
ضعيفة	4	2,9 %
دون اجابة	33	23,6 %
المجموع	140	100 %

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة عالية يبلغ (63) تكرر أي بنسبة 45% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى ثم عدد المستخدمين الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة عالية يبلغ (22) تكرر أي نسبة 15.7 % ليلها (18) مستخدمين يرون أن المهارات الاتصالية لهذا المكلف ذات كفاءة متوسطة أي بنسبة 12.9 % وفي الأخير (4) مستخدمين يرون أن المهارات الاتصالية لهذا المكلف ذات كفاءة ضعيفة أي بنسبة 2.9 % من اجمالي المجيبين فيما لم يجب عن السؤال (33) مستخدم أي ما يمثل 23.6 % من اجمالي عينة الدراسة.
- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 107، وتمثل 63 اجابة منها اجابات المستخدمين الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة حسنة أي بنسبة 58.9 بالمئة من عدد هذه الاجابات عن السؤال وهي الأعلى ، بينما تمثل 22 اجابة عدد الاجابات الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة عالية أي بنسبة 20.6 بالمئة كما تمثل 18 الاجابة عدد اجابات المستخدمين الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة متوسطة أي بنسبة 16.8 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- وأخيرا تمثل 4 اجابات عدد المستخدمين الذين يرون أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة ضعيفة أي بنسبة 3.7 بالمئة من عدد الاجابات الكلي عن السؤال.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (33) يمثل دائرة نسبية تبين مستوى المهارات التي يتسم بها المكلف بالاعلام بالمديرية حسب المستخدمين بالمؤسسة الاستشفائية



الجدول رقم (34) يبين الوظائف الأساسية التي يؤديها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة والسكان

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
الاتصال والاعلام	39	% 36.11
التنظيم	16	% 14.81
التنسيق	17	% 15.74
تخطيط برامج أنشطة والفعاليات	8	% 7.41
تنفيذ أنشطة العلاقات العامة	13	% 12.04
مراقبة تنفيذ نشاط العلاقات العامة	9	% 8.33
بحوث العلاقات العامة	6	% 5.56
المجموع	108	% 100

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة الاتصال والاعلام يبلغ (39) تكرار أي بنسبة 36.11% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- ليلها عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة التنسيق يبلغ (17) تكرار أي بنسبة 15.74% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة التنظيم يبلغ (16) تكرار أي بنسبة 14.81% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- بعدها عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة تنفيذ أنشطة العلاقات العامة يبلغ (13) تكرار أي بنسبة 12.04% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة مراقبة تنفيذ نشاط العلاقات العامة يبلغ (9) تكرار أي بنسبة 8.33% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي تخطيط برامج الأنشطة والفعاليات يبلغ (8) تكرار أي بنسبة 7.41% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وأخيرا عدد المستخدمين الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي بحوث العلاقات العامة يبلغ (6) تكرار أي بنسبة 5.56% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (35) يبين الوظائف الأساسية التي يؤديها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة والسكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

النسبة	التكرار	الاجابة
33.10 %	97	الاتصال والاعلام
12.29 %	36	التنظيم
16.38 %	48	التنسيق
12.29 %	36	تخطيط برامج الأنشطة والفعاليات
10.92 %	32	تنفيذ أنشطة العلاقات العامة
09.56 %	28	مراقبة تنفيذ أنشطة العلاقات العامة
05.46 %	16	بحوث العلاقات العامة
100 %	293	المجموع

- عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين اجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة الاتصال والاعلام يبلغ (97) تكرار أي بنسبة 33.10% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة التنسيق يبلغ (48) تكرار أي بنسبة 16.38% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة التنظيم يبلغ (36) تكرار أي بنسبة 12.29% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

- لاتبها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة تخطيط برامج الأنشطة والفعاليات يبلغ (36) تكرار أي بنسبة 12.29% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة تنفيذ أنشطة العلاقات العامة يبلغ (32) تكرار أي بنسبة 10.92% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة مراقبة تنفيذ نشاطات العلاقات العامة يبلغ (28) تكرار أي بنسبة 9.56% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - و في الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن من بين الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة هي وظيفة بحوث العلاقات العامة يبلغ (16) تكرار أي بنسبة 5.46% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- الجدول رقم (36) يبين اجابات مستخدمي مديرية الصحة والسكان لولاية المدية حول أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
% 21.36	22	تنظيم ملتقيات علمية وندوات
% 8.74	9	تنظيم أبواب مفتوحة على المؤسسة
% 37.86	39	القيام بحملات التحسيس والتوعية الصحية
% 7.77	8	كتابة البيان الصحفي وتوطيد العلاقة مع الصحفيين
% 6.79	7	تيسير زيارة الوفود الى المؤسسة
% 7.77	8	الاشراف على المجلة
% 9.71	10	تنظيم بروتوكولات ابرام الاتفاقيات بين المديرية وغيرها من المؤسسات
% 100	103	المجموع

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو القيام بحملات التحسيس والتوعية الصحية يبلغ (39) تكرار أي بنسبة 37.86% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- ليلها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو تنظيم ملتقيات علمية وندوات يبلغ (22) تكرار أي بنسبة 21.36% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- بعدها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو تنظيم بروتوكولات ابرام الاتفاقيات بين المديرية وغيرها من المؤسسات يبلغ (10) تكرار أي بنسبة 9.71% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو تنظيم أبواب مفتوحة على المؤسسة يبلغ (9) تكرار أي بنسبة 8.74% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو كتابة البيان الصحفي وتوطيد العلاقة مع الصحفيين يبلغ (8) تكرار أي بنسبة 7.77% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- مع عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو الاشراف على المجلة يبلغ (8) تكرار أي بنسبة 7.77% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وفي الأخير عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو تيسير زيارة الوفود الى المؤسسة يبلغ (7) تكرار أي بنسبة 6.79% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (37) يبين أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

النسبة	التكرار	الاجابة
21.36 %	66	تنظيم الملتقيات العلمية والندوات
14.56 %	45	تنظيم أبواب مفتوحة على المؤسسة
22.98 %	71	القيام بحملات التحسيس والتوعية الصحية
07.12 %	22	كتابة البيان الصحفي وتوطيد العلاقة مع الصحافيين
15.21 %	47	تسيير زيارات الوفود للمؤسسة
09.06 %	28	الاشراف على مجلة المؤسسة
09.71 %	30	تنظيم بروتوكولات ابرام الاتفاقيات بين المديرية وغيرها من المؤسسات
100 %	309	المجموع

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو القيام بحملات التحسيس والتوعية الصحية يبلغ (71) تكرار أي بنسبة 22.98% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو تنظيم الملتقيات العلمية والندوات يبلغ (66) تكرار أي بنسبة 21.36% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو تسيير زيارات الوفود يبلغ (47) تكرار أي بنسبة 15.21% من العدد الاجمالي لتكرارات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو تنظيم أبواب مفتوحة على المؤسسة يبلغ (45) تكرار أي بنسبة 14.56% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هي تنظيم بروتوكولات ابرام اتفاقيات بين مديرية الصحة وغيرها من المؤسسات يبلغ (30) تكرار أي بنسبة 9.71% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو الاشراف على مجلة المؤسسة يبلغ (28) تكرار أي بنسبة 9.06% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية هو كتابة البيان الصحفي وتوطيد العلاقة مع الصحافة يبلغ (22) تكرار أي بنسبة 7.12% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

الجدول رقم (38) يبين اتصال مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي حسب مستخدمي مديرية الصحة والسكان

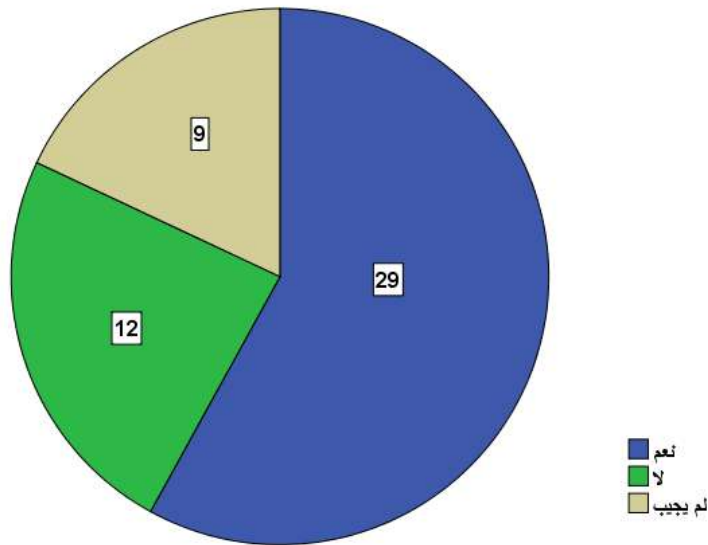
الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	29	58 %
لا	12	24 %
دون اجابة	9	18 %
المجموع	50	100 %

- يظهر لنا الجدول أن (29) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجاب بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي ما يمثل نسبة 58 % وهم الأغلبية وأعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (12) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة لا يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي ما يمثل نسبة 24 % من اجمالي المبحوثين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (9) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 18 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 41، وتمثل 29 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي بنسبة 70.7 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 12 عدد الاجابات التي رأت بأن المكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية لا يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي بنسبة 29.3 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 70.7 بالمئة من المجيبين عن السؤال يرون بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي وهي أعلى نسبة من اجمالي الاجابات.

الشكل رقم (13) تمثل دائرة تسمية تبين اجابات المستخدمين حول اذا ما قام المكلف بالاعلام والاتصال بالاتصال بمختلف المصالح بالشكل الكافي



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

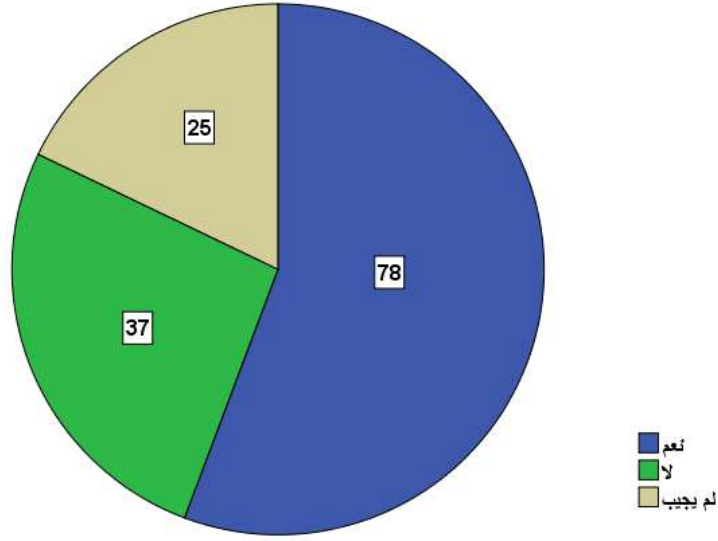
الجدول رقم (39) يبين مدى قيام مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	78	55,7 %
لا	37	26,4 %
دون اجابة	25	17,9 %
المجموع	140	100 %

- 78 مستخدم (EPH-Médéa) أجاب بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي ما يمثل نسبة 55.7 % وهم الأغلبية وأعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- 37 مستخدم (EPH-Médéa) أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة لا يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي ما يمثل نسبة 26.4 % من اجمالي المبحوثين.
- 25 مستخدم (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 17.9 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 115، وتمثل 78 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي بنسبة 67.8 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 37 عدد الاجابات التي رأت بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية لا يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي أي بنسبة 32.2 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن ما يفوق 67.8 بالمئة من المجيبين عن السؤال يرون بأن المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية لمؤسستهم بالشكل الكافي وهي أعلى نسبة من اجمالي الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (34) يمثل دائرة نسبية تبين مدى اتصال المكلف بالاعلام والاتصال لمديرية الصحة بالمصالح الادارية والتقنية للمؤسسة الاستشفائية



جدول رقم (40) يبين وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة حسب مستخدمي المديرية

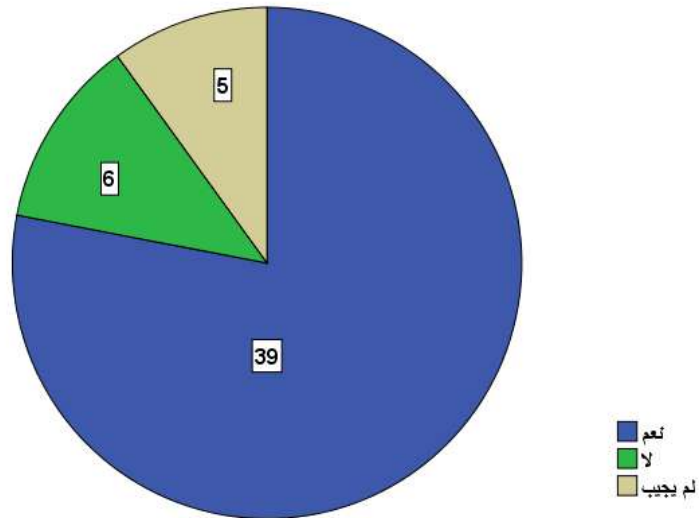
النسبة	التكرار	الاجابة
% 78	39	نعم
% 12	6	لا
% 10	5	دون اجابة
% 100	50	المجموع

- تبين لنا معطيات الجدول أن (39) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجاب بأن هناك تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 78 % وهم الأغلبية وأعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (8) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأنه ليس هناك تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 12 % من اجمالي المبحوثين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (5) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 10 % من اجمالي المبحوثين.
- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 45، وتمثل 39 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن هناك تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 86.7 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 8 عدد الاجابات التي رأيت بأن هناك تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 13.3 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 86.7 بالمئة أي الأغلبية الساحقة من المجيبين عن السؤال يرون بأن هناك تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة.

الشكل رقم (14) يمثل دائرة نسبية تبين اجابات المستخدمين ان تم تنفيذ نشاط العلاقات العامة بتنظيم وتحكم



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

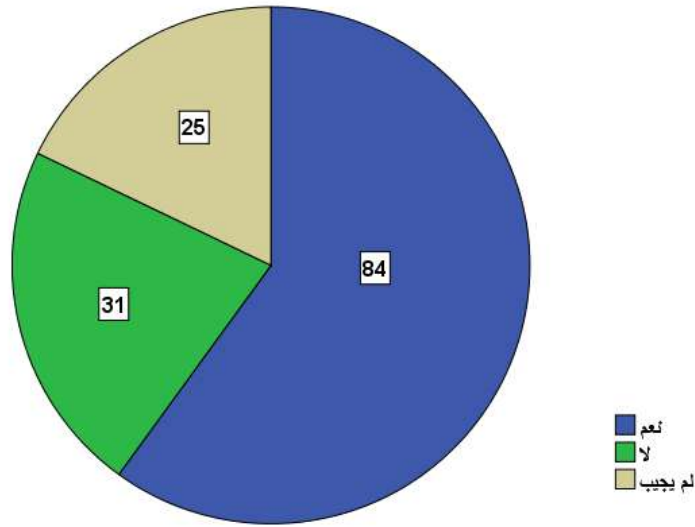
الجدول رقم (41) يبين مدى وجود تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	84	% 60
لا	31	% 22,1
دون اجابة	25	% 17,9
المجموع	140	% 100

- يظهر لنا الجدول أن (84) مستخدم (EPH-Médéa) أجاب بأنه يوجد تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 60 % وهم الأغلبية وأعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (31) مستخدم (EPH-Médéa) أجابوا بأنه لا يوجد تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 22.1% من اجمالي المبحوثين.
- (25) مستخدم (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 17.9 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 115، وتمثل 84 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه يوجد تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة أي بنسبة 73 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 31 عدد الاجابات التي رأته بأنه لا يوجد تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة أي بنسبة 27 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن ما يفوق 73 بالمئة من المحييين عن السؤال يرون بأنه يوجد تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة وهي أعلى نسبة من اجمالي الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (35) يمثل دائرة نسبية تبين مدى وجود تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة حسب رأي المستخدمين بالمؤسسة الاستشفائية



الجدول رقم (42) يبين رأي مستخدمي مديرية الصحة والسكان حول مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة

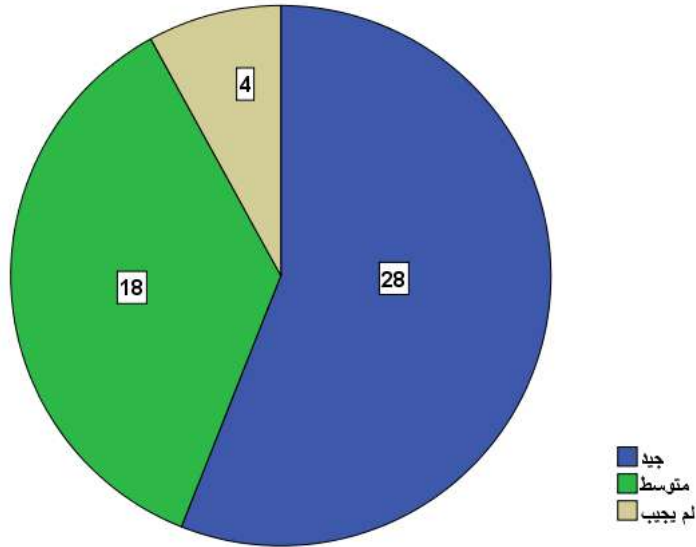
الاجابة	التكرار	النسبة
جيد	28	56%
متوسط	18	36%
دون اجابة	4	8%
المجموع	50	100%

- يظهر لنا الجدول أن (28) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجاب بأن المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة جيد ويمثل نسبة 56% وهم أعلى نسبة من إجمالي المبحوثين.
- (18) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة متوسط أي ما يمثل نسبة 36% من إجمالي المبحوثين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (4) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 8 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالات فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 46، وتمثل 28 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن هناك تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 60.9 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 18 عدد الاجابات التي رأت بأن هناك تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة أي ما يمثل نسبة 39.1 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 60.9 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن هناك تنظيم جيد لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

الشكل رقم (15) يمثل دائرة تسمية تبين رأي المستخدمين حول المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

جدول رقم (43) يبين مستوى تنظيم نشاط العلاقات العامة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

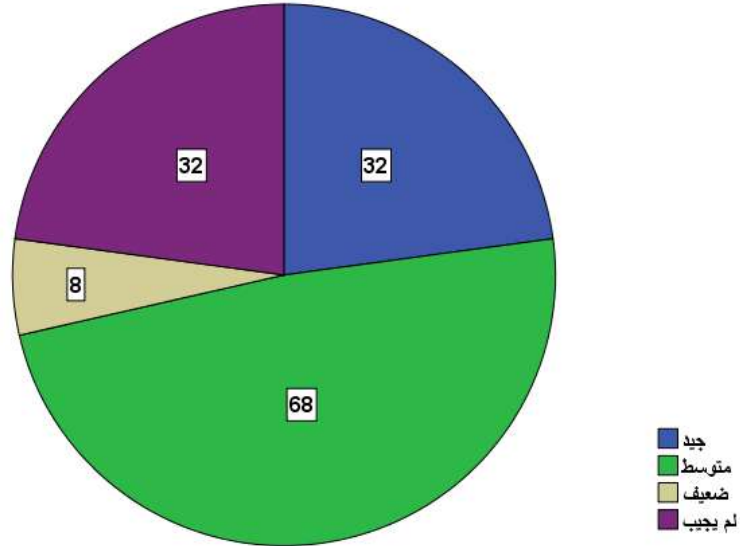
الاجابة	التكرار	النسبة
جيد	32	% 22,9
متوسط	68	% 48,6
ضعيف	8	% 5,7
دون اجابة	32	% 22,9
المجموع	140	% 100

- (68) مستخدم ب (EPH-Médéa) أجاب بأن مستوى التنظيم لنشاط العلاقات العامة متوسط ويمثل نسبة 48.6 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (32) مستخدمين ب (EPH-Médéa) أجابوا بأن مستوى التنظيم لنشاط العلاقات العامة جيد أي ما يمثل نسبة 22.9 % من اجمالي المبحوثين.
- (8) مستخدمين ب (EPH-Médéa) أجابوا بأن مستوى التنظيم لنشاط العلاقات العامة ضعيف أي ما يمثل نسبة 5.7 % من اجمالي المبحوثين.
- (32) مستخدمين ب (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 22.9 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالات فهي كآتي:
- ان عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 108، وتمثل 68 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن مستوى التنظيم لنشاط العلاقات العامة متوسط أي ما يمثل نسبة 63 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 32 عدد اجابات الذين رأوا بأن مستوى التنظيم لنشاط العلاقات العامة جيد أي ما يمثل نسبة 29.6 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.
- و8 اجابات لمستخدمين رأوا بأن مستوى التنظيم لنشاط العلاقات العامة ضعيف أي ما يمثل نسبة 7.4 بالمئة من عدد الاجابات الكلي.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 63 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن مستوى التنظيم لنشاط العلاقات العامة متوسط بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

الشكل رقم (36) يمثل دائرة نسبية تبين رأي مستخدمي المؤسسة الاستشفائية عن مستوى تنظيم نشاط العلاقات العامة



جدول رقم (44) يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب مستخدمي مديرية الصحة والسكان

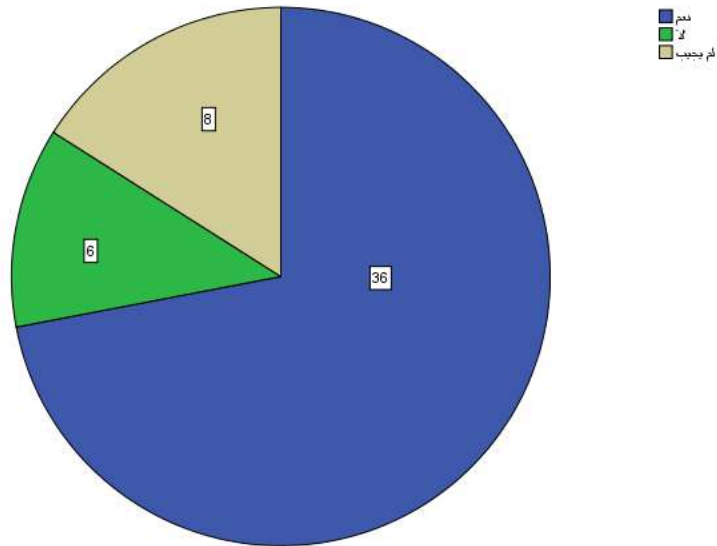
النسبة	التكرار	الاجابة
% 72	36	نعم
% 12	6	لا
% 16	8	دون اجابة
% 100	50	المجموع

- تبين لنا معطيات الجدول أن (36) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجاب بأن تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له ويمثل نسبة 72 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (6) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن تنفيذ برامج العلاقات العامة لا يتم حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له أي ما يمثل نسبة 12 % من اجمالي المبحوثين.
- (8) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 16 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 42، وتمثل 36 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له أي ما يمثل نسبة 85.7 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 6 عدد الاجابات التي رأت بأن تنفيذ برامج العلاقات العامة لا يتم حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له أي ما يمثل نسبة 14.3 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 85.7 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن تنفيذ برامج العلاقات العامة يتم حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له.

شكل رقم (3-12) يمثل دائرة تسمية تبين اجابات المستخدمين عن مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (45) يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب رأي مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	73	52,1 %
لا	31	22,1 %
دون اجابة	36	25,7 %
المجموع	140	100 %

- يظهر لنا الجدول أن (73) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجاب بأنه نعم يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني ويمثل نسبة 52.1 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (31) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأنه لا يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني أي ما يمثل نسبة 22.1 % من اجمالي المبحوثين.
- (36) مستخدم بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 25.7 % من اجمالي المبحوثين.

أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 104، وتمثل 73 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه نعم يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني ويمثل نسبة 70.2 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 31 عدد الاجابات الذين رأوا بأنه لا يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني ويمثل نسبة 29.8 % بالمئة من عدد الاجابات الكلي. مما يعني أن أغلبية أي ما يقارب ثلثي المستخدمين المجيبين عن السؤال يرون أن تنفيذ برامج العلاقات العامة يتم في المكان والزمان المخطط له مسبقا.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (37) يمثل دائرة نسبية تبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني



الجدول رقم (46) يبين مدى انجاز أنشطة العلاقات العامة بتنسيق محكم حسب مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	26	% 52
لا	13	% 26
دون اجابة	11	% 22
المجموع	50	% 100

- يظهر لنا الجدول أن (26) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجاب بأن هناك تنسيق محكم للقيام بالنشاط العلاقات العامة ويمثل نسبة 52 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (13) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن هناك تنسيق محكم للقيام بالنشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 26 % من اجمالي المبحوثين.

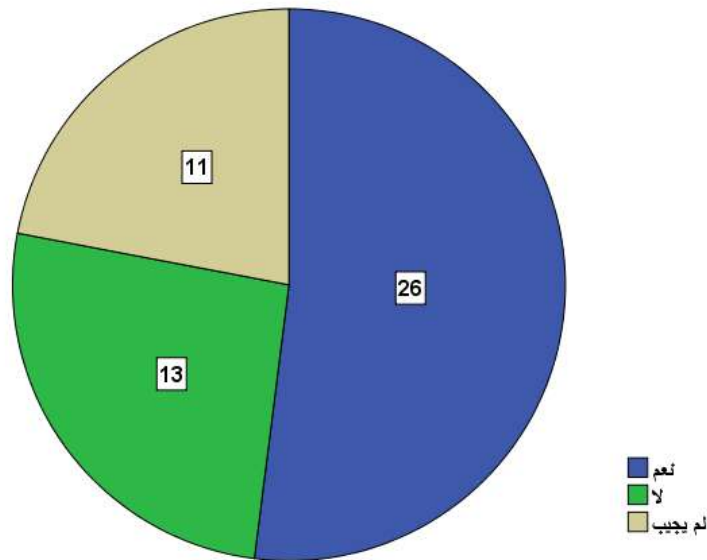
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (11) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 22 % من اجمالي المبحوثين.

- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 39، وتمثل 26 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن هناك تنسيق محكم للقيام بالنشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 66.7 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 13 عدد الاجابات التي رأت بأنه ليس هناك تنسيق محكم للقيام بالنشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 33.3 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.

الشكل رقم (17) يمثل دائرة نسبية تبين رأي المستخدمين ان تم انجاز نشاط العلاقات العامة بتنسيق محكم



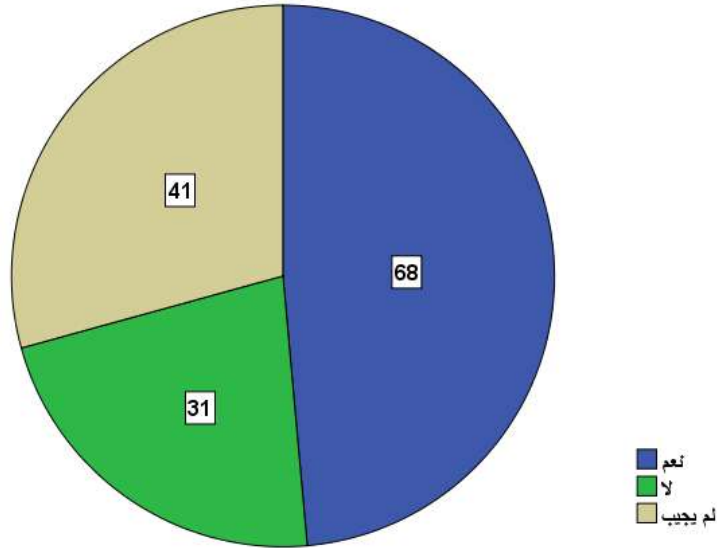
الجدول رقم (47) يبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	68	48,6 %
لا	31	22,1 %
دون اجابة	41	29,3 %
المجموع	140	100 %

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (68) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجاب بأن هناك تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة ويمثل نسبة 48.6 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (31) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأن هناك تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 22.1 % من اجمالي المبحوثين.
- (41) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 29.3 % من اجمالي المبحوثين.
- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 99، وتمثل 68 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن هناك تنسيق محكم للقيام بالنشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 68.7 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 31 عدد الاجابات التي رأت بأنه ليس هناك تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 31.3 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 68.7 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن هناك تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة.

الشكل رقم (38) يمثل دائرة نسبية تبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (48) يبين مدى اجراء القائمون على العلاقات العامة سير آراء حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	12	24%
لا	35	70%
دون اجابة	3	6%
المجموع	50	100%

- تبين لنا معطيات الجدول أن (35) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجاب بأنه لا يجرى القائمون على العلاقات العامة سير آراء ويمثل نسبة 70 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين .
- (12) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأنه يجرى القائمون على العلاقات العامة سير آراء أي ما يمثل نسبة 24 % من اجمالي المبحوثين.
- (3) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 6 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 47، وتمثل 35 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه لا يجرى القائمون على العلاقات العامة سير آراء أي ما يمثل نسبة 74.5 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 12 عدد الاجابات التي رأت بأنه يجرى القائمون على العلاقات العامة سير آراء أي ما يمثل نسبة 25.5 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 74.5 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن القائمون على العلاقات العامة لا يجرى سير آراء فيما وأن بحوث العلاقات العامة من أهم وضائف مكاتب وأقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الحديثة لكونها تمكن من رصد المعلومات حول بيئة

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

المؤسسة للارتكاز على استراتيجيات صحيحة واتخاذ قرارات مناسبة وتجسيد الاجراءات الملائمة مما يحقق أهداف المؤسسة وتلبية حاجات الصحية لجمهورها.

الجدول رقم (49) يبين مدى اجراء القائمين بالعلاقات العامة لسبر آراء حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة

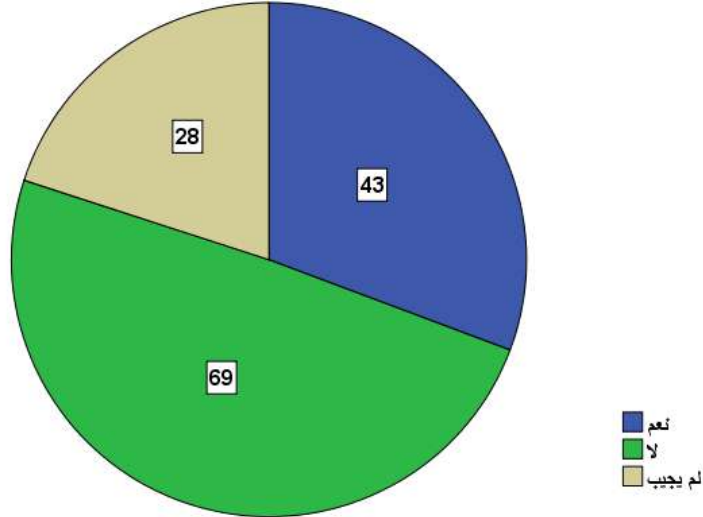
الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	43	30,7 %
لا	69	49,3 %
دون اجابة	28	20 %
المجموع	140	100 %

- (69) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجاب بأنه لا يجرى القائمون على العلاقات العامة سبر آراء ويمثل نسبة 30.7 % وهي أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (43) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأنه يجرى القائمون على العلاقات العامة سبر آراء أي ما يمثل نسبة 30.7 % من اجمالي المبحوثين.
- (28) مستخدم بـ (EPH-Médéa) لم يجيب عن السؤال أي ما يمثل نسبة 20 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين " نعم " و " لا " فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 112، وتمثل 69 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه لا يجرى القائمون على العلاقات العامة سبر آراء أي ما نسبته 61.6 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 43 عدد الاجابات التي رأت بأنه يجرى القائمون على العلاقات العامة سبر آراء أي ما يمثل نسبة 38.4 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 61.6 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن القائمون على العلاقات العامة لا يجرون سبر آراء على الرغم من أن بحوث العلاقات العامة من أهم وظائف مكاتب وأقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الحديثة لكونها تمكن من رصد المعلومات حول

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

بيئة المؤسسة للارتكاز على استراتيجيات صحيحة واتخاذ قرارات دقيقة ومناسبة وتجسيد الاجراءات الملائمة مما يحقق أهداف المؤسسة ويلبي الحاجات الصحية لجمهورها المتعدد الفئات.

الشكل رقم 39 يمثل دائرة نسبية تبين مدى اجراء القائمين بالعلاقات العامة سبر آراء



الجدول رقم (50) يبين مدى الأخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب مستخدمي مديرية الصحة و السكان بالمدينة

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	12	24%
لا	14	28%
دون اجابة	24	48%
المجموع	50	100%

- يظهر لنا الجدول أن (14) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجاب بأنه لا تؤخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء ويمثل نسبة 28 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (12) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأنه تؤخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء أي ما نسبته 24 % من اجمالي المبحوثين.
- (24) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 48 % من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 26، وتمثل 14 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه لا تؤخذ نتائج سبر الآراء بعين الاعتبار أي ما يمثل نسبة 53.8 بالمئة من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 12 عدد الاجابات التي رأت بأنه تؤخذ نتائج سبر الآراء بعين الاعتبار أي ما يمثل نسبة 46.2 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 53.8 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن القائمون على شؤون المديرية لا يأخذون نتائج سبر الآراء بعين الاعتبار فيما وأن بحوث العلاقات العامة من أهم وضائف مكاتب وأقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الحديثة ويجب أن تأخذ بعين الاعتبار لكونها ترصد بيئة المؤسسة، مما يمكن المؤسسة من التكيف معها ويجعلها تكسب تأييد جمهورها.

الجدول رقم (51) يبين مدى الأخذ بعين الاعتبار لنتائج سبر الآراء حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

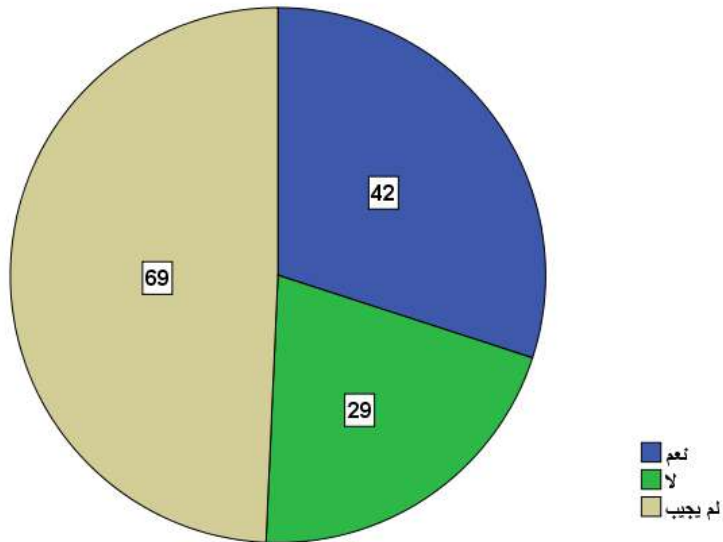
الاجابة	العدد	النسبة
نعم	42	30 %
لا	29	20,7 %
دون اجابة	69	49,3 %
المجموع	140	100 %

- يظهر لنا الجدول أن (42) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجاب بأنه نعم تؤخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء ويمثل نسبة 30 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (29) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأنه لا تؤخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء أي ما يمثل نسبة 20.7% من اجمالي المبحوثين.
- (69) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 49.3% من اجمالي المبحوثين.
- أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 71، وتمثل 42 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه تؤخذ نتائج سبر الآراء بعين الاعتبار أي ما يمثل نسبة 59.2 بالمئة من عدد هذه الاجابات وهي الأغلبية، بينما تمثل 29 عدد الاجابات التي رأت بأنه لا تؤخذ نتائج سبر الآراء بعين الاعتبار أي ما يمثل نسبة 40.8 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 59.2 بالمئة أغلبية المحييين عن السؤال يرون بأن القائمون على شؤون المديرية يأخذون بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء وتعد بحوث العلاقات العامة من أهم وظائف مكاتب وأقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الحديثة ويجب أن تأخذ نتائجها بعين الاعتبار لكونها ترصد بيئة المؤسسة مما يمكن من اتخاذ القرارات المناسبة وتبني تدابير مهمة مما يجعل المؤسسة تتكيف مع محيطها وتكسب تأييد جمهورها.

الشكل رقم (40) يمثل دائرة نسبية تبين مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء من طرف القائمين على ادارة المديرية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (52) يبين مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان بولاية المدية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب مستخدمي المديرية

النسبة	التكرار	الاجابة
42 %	21	نعم
38 %	19	لا
20 %	10	دون اجابة
100 %	50	المجموع

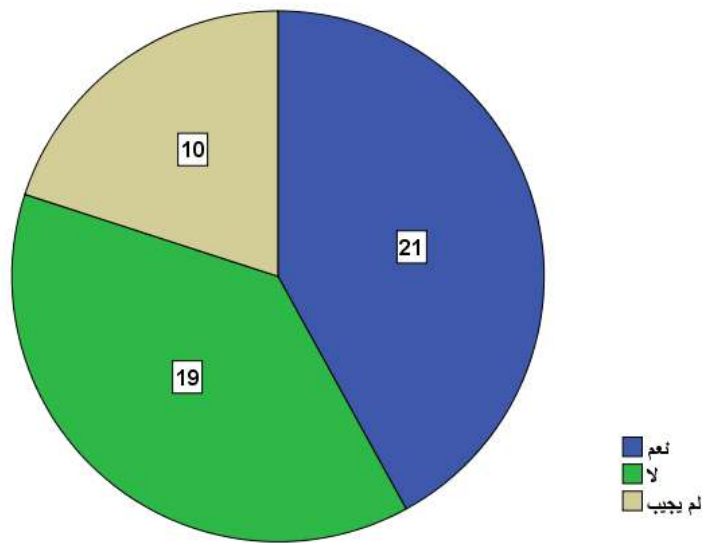
- تبين لنا معطيات الجدول أن (21) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة ويمثل نسبة 42 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين .
- (19) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 38 % من اجمالي المبحوثين.
- (10) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 20 % من اجمالي المبحوثين وهي نسبة لا يمكن اهمالها فان كانت فعلا مديرية الصحة تعتمد على استراتيجية قطاعية للعلاقات العامة فلا بد أن يكون كل مستخدميها على دراية بها، وبخطوات تحقيقها ودور كل منهم للسعي الى تحقيق أهدافها وهذا لا يتأتى إلا بتفعيل الدور الاتصالي والاعلامي لخلية الاعلام والاتصال لمديرية الصحة.
- أما اذا ما تحدثنا عن النسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 40، وتمثل 21 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه نعم مديرية الصحة والسكان بولاية المدية تعتمد حقيقة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 52.5 % من عدد هذه الاجابات، بينما تمثل 19

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

عدد الاجابات التي رأّت بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 47.5 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.

- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 52.5 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية تعتمد فعلا على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة فيما أن هذا مؤشر يعزز من تبيننا لنظرية الامتياز كأرضية علمية صلبة و يبرز امكانية تطبيق نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه.

الشكل رقم (18) يمثل دائرة نسبية تبين مدى اعتماد المديرية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة



الجدول رقم (53) يبين مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

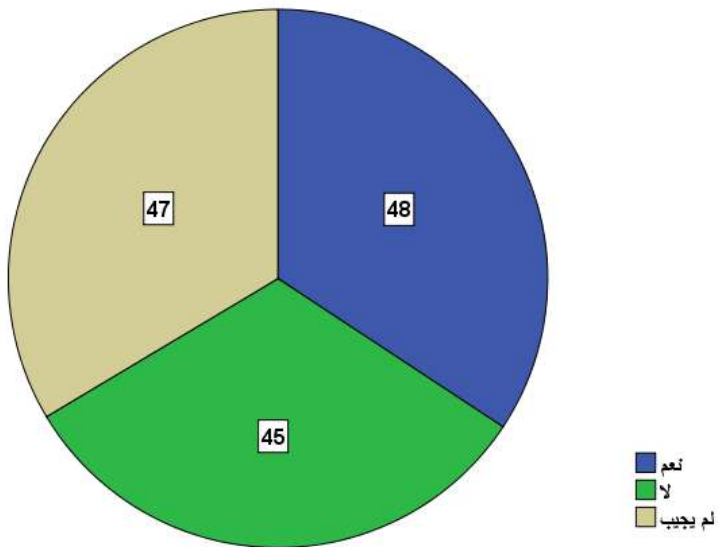
الاجابة	العدد	النسبة
نعم	48	% 34,3
لا	45	% 32,1
دون اجابة	47	% 33,6
المجموع	140	% 100

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (48) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة ويمثل نسبة 34.3 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (45) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 32.1% من اجمالي المبحوثين.
- (47) مستخدم بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 33.6 % من اجمالي المبحوثين، وهي نسبة لا يمكن اهمالها اذ تمثل حوالي ثلث المبحوثين فان كانت فعلا مديرية الصحة تعتمد على استراتيجية قطاعية للعلاقات العامة فلا بد أن يكون كل مستخدمي المؤسسات الاستشفائية والجوارية على دراية بها وبخطوات تحقيقها ودور كل منهم للسعي الى تحقيق أهدافها، وهذا لا يتأتى إلا بتفعيل الدور الاتصالي والاعلامي لخلية الاعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان.
- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 93، وتمثل 48 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بـ نعم مديرية الصحة والسكان بولاية المدية تعتمد حقيقة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 51.6 % من عدد هذه الاجابات وهي أغلبية الإجابات، بينما تمثل 45 عدد الاجابات التي رأت بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي ما يمثل نسبة 48.4 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 52.6 بالمئة أغلبية المجيبين عن السؤال يرون بأن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية تعتمد فعلا على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة، وهذا مهم جدا للقائمين على العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان ومؤشر قوي يبرز درجة ممارسة العلاقات العامة وتفاعل المديرية مع مستخدمي المؤسسات الصحية التابعة لها، مما يوافق ويعزز من تبنيها لنظرية الامتياز كأرضية علمية صلبة لدراستنا ويبرز امكانية تطبيق نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (41) يمثل دائرة نسبية تبين مدى اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

ثالثا: وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة من طرف مديرية الصحة في مجال العلاقات العامة

الجدول رقم (54) يبين تحديد وسائل الاتصال التي يحصل منها المستخدم على الأخبار والمعلومات حسب مستخدمي مديرية الصحة و السكان بالمدية

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
% 15.21	47	الانترنت
% 13.27	41	الموقع الالكتروني لمؤسسة
% 13.27	41	لصفحة الرسمية لمديرية الصحة 'فيسبوك'
% 7.77	24	الاذاعة
% 7.12	22	التلفزيون
% 5.82	18	الصحف
% 3.88	12	المجلات
% 7.77	24	الاعلانات المعلقة
32% 11.	35	الاتصال المباشر بالزملاء
% 4.21	13	التويتر
8% 5.1	16	يوتيوب
1% 4.2	13	أنستغرام
% 0.97	3	أخرى
% 100	309	المجموع

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الانترنت يبلغ (47) تكرار أي بنسبة 15.21% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- يليها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الصفحة الرسمية للمديرية الصحة " فيسبوك" يبلغ (41) تكرار أي بنسبة 13.27% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- مع عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الموقع الالكتروني للمديرية يبلغ (41) تكرار أي بنسبة 13.27% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو الاتصال المباشر بالزملاء يبلغ (35) تكرار أي بنسبة 11.32% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ويتبعها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الاذاعة يبلغ (24) تكرار أي بنسبة 7.77% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- مع عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الاعلانات المعلقة يبلغ (24) تكرار أي بنسبة 7.77% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليليها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو التلفزيون يبلغ (22) تكرار أي بنسبة 7.12% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الصحف يبلغ (18) تكرار أي بنسبة 5.82% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ويتبعها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو اليوتيوب يبلغ (16) تكرار أي بنسبة 5.18% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليليها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو التويتر يبلغ (13) تكرار أي بنسبة 4.21% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- مع عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو الإنستغرام يبلغ (13) تكرار أي بنسبة 4.21% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو المجالات يبلغ (12) تكرار أي بنسبة 3.88% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وفي الأخير عدد المستخدمين الذين أجابوا أن وسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هناك وسائل أخرى يبلغ (3) تكرار أي بنسبة 0.97% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (55): يبين تحديد بالترتيب وسائل الاتصال التي يحصل المستخدم بالمؤسسة الاستشفائية منها على الأخبار والمعلومات

النسبة	التكرار	الإجابة
% 14.02	111	الانترنت
% 07.58	60	الموقع الالكتروني لمديرية الصحة
% 11.36	90	الصفحة الرسمية لمديرية الصحة فيسبوك
% 07.95	63	الموقع الالكتروني للمؤسسة الاستشفائية
% 10.10	80	الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية فيسبوك
% 05.30	42	الإذاعة
% 06.82	54	التلفزيون
% 03.79	30	الصحف
% 02.52	20	المجلات
% 08.71	69	الإعلانات المعلقة
% 09.60	76	الاتصال المباشر بالزملاء
% 03.16	25	التويتر
% 05.05	40	اليوتيوب
% 04.04	32	الانستغرام
% 00.00	0	أخرى
% 100	792	المجموع

- عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الانترنت يبلغ (111) تكرار أي بنسبة 14.02% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الصفحة الرسمية لمديرية الصحة " فائسبوك" يبلغ (90) تكرار أي بنسبة 11.36% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية "فائسبوك" يبلغ (80) تكرار أي بنسبة 10.10% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو الاتصال المباشر بالزملاء يبلغ (76) تكرار أي بنسبة 9.60% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الاعلانات المعلقة يبلغ (69) تكرار أي بنسبة 8.71% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ويليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو الموقع الالكتروني للمؤسسة الاستشفائية يبلغ (63) تكرار أي بنسبة 7.95% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو الموقع الالكتروني لمديرية الصحة يبلغ (60) تكرار أي بنسبة 7.58% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو التلفزيون يبلغ (54) تكرار أي بنسبة 6.82% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الاذاعة يبلغ (42) تكرار أي بنسبة 5.30% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو اليوتيوب يبلغ (40) تكرار أي بنسبة 5.05% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو الانستغرام يبلغ (32) تكرار أي بنسبة 4.04% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي الصحف يبلغ (30) تكرار أي بنسبة 3.79% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هو التويتر يبلغ (25) تكرار أي بنسبة 3.16% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال التي يحصلون منها على الأخبار والمعلومات هي المجلات يبلغ (20) تكرار أي بنسبة 2.52% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (56) يبين مدى وجود أثر ايجابي على الاتصال والتواصل بين مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	88	62,9
لا	24	17,1
دون إجابة	28	20,0
المجموع	140	100,0

- يظهر لنا الجدول أن (88) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا على وجود أثر ايجابي لعصرنة المرافق الصحية وتجهيزها بمختلف الوسائل لرقمنتها على الاتصال والتواصل بين مستخدمي المؤسسة ويمثل نسبة 62.9% وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

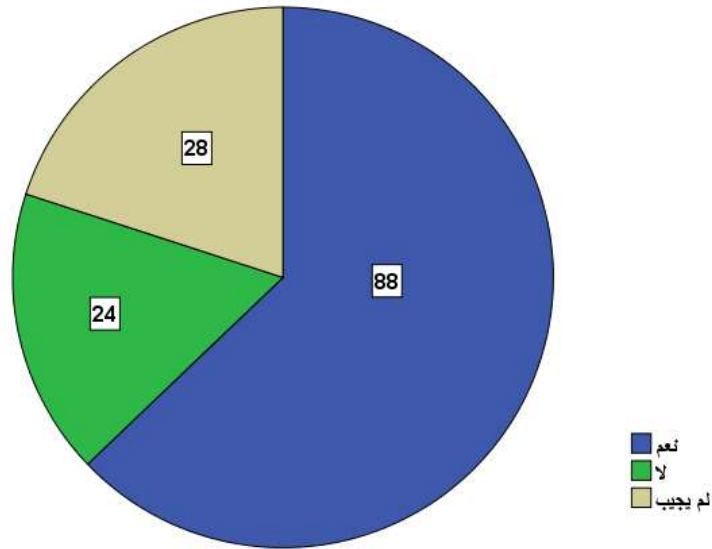
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (24) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأنه لا يوجد أثر ايجابي على الاتصال والتواصل بين مستخدمي مؤسستك أي ما يمثل نسبة 17.1 % من اجمالي المبحوثين.
- (28) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 20 % من اجمالي المبحوثين

أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 112، وتمثل 88 اجابة لمستخدمين أجابوا بأنه يوجد أثر ايجابي على الاتصال والتواصل بين مستخدمي المؤسسة أي ما يمثل نسبة 78.6 % بالمئة من عدد هذه الاجابات وهي أغلبية الإجابات، بينما تمثل 24 عدد الاجابات التي رأت بأنه لا يوجد أثر ايجابي على الاتصال والتواصل بين مستخدمي المؤسسة ما يمثل نسبة 21.4 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.

الشكل رقم (42) يمثل دائرة نسبية تبين مدى وجود أثر ايجابي على الاتصال والتواصل بين مستخدمي المؤسسة الاستشفائية



الجدول رقم (57) يبين أهم المضامين التي يفضل المستخدم بمديرية الصحة الاطلاع عليها

النسبة	التكرار	الاجابة
33.09 %	45	أخبار عن قطاع الصحة
17.65 %	24	نشاطات المؤسسة
12.5 %	17	دورات تكوينية
13.23 %	18	توجيهات وارشادات
22.79 %	31	مستجدات حول الصحة العمومية
0.74 %	1	أخرى
100 %	136	المجموع

- تبين لنا من معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي أخبار عن قطاع الصحة يبلغ (45) تكرار أي بنسبة 33.09% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- يليها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي مستجدات حول الصحة العمومية يبلغ (31) تكرار أي بنسبة 22.79% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات
- ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي نشاطات المؤسسة يبلغ (24) تكرار أي بنسبة 17.65% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات
- ليتبعها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي التوجيهات والارشادات يبلغ (18) تكرار أي بنسبة 13.23% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات
- لتليها عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي دورات تكوينية يبلغ (17) تكرار أي بنسبة 12.5% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- وفي الأخير عدد المستخدمين الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي مضامين أخرى يبلغ (1) تكرار أي بنسبة 0.74% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات .

الجدول رقم (58) يبين أهم المضامين التي يفضل المستخدم بالمؤسسة الاستشفائية الاطلاع عليها

النسبة	التكرار	الاجابة
22.73%	80	أخبار عن قطاع الصحة
12.50%	44	نشاطات مديرية الصحة
18.75%	66	مستجدات حول الصحة العمومية
14.77%	52	دورات تكوينية
12.21%	43	توجيهات وإرشادات
17.90%	63	نشاطات المؤسسة الاستشفائية
01.14%	4	أخرى
100%	352	المجموع

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي أخبار عن قطاع الصحة يبلغ (80) تكرار أي بنسبة 22.73% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

- ليليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي مستجدات حول الصحة العمومية يبلغ (66) تكرار أي بنسبة 18.75% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي نشاطات المؤسسة الاستشفائية يبلغ (63) تكرار أي بنسبة 17.90% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

- ليتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي دورات تكوينية يبلغ (52) تكرار أي بنسبة 14.77% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي نشاطات مديرية الصحة يبلغ (44) تكرار أي بنسبة 12.5% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها هي التوجيهات والارشادات يبلغ (43) تكرار أي بنسبة 12.21% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وأخيرا عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن هناك مضامين أخرى يفضلون الاطلاع عليها يبلغ (4) تكرارات أي بنسبة 1.14% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (59) يبين وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب مستخدمي مديرية الصحة والسكان

النسبة	التكرار	الاجابة
%14.89	42	الانترنت
%15.25	43	الموقع الالكتروني لمديرية الصحة والسكان
%15.25	43	الصفحة الرسمية لمديرية الصحة "فيسبوك"
%9.93	28	الاذاعة
%9.22	26	التلفزيون
%3.19	9	الصحف
%4.61	13	المجلات
%5.32	15	الاعلانات المعلقة
%9.22	26	الاتصال المباشر بالزملاء
%3.55	10	التويتر
%4.96	14	اليوتيوب
%4.26	12	انستغرام
%0.35	1	وسائل اتصال أخرى
%100	282	المجموع

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هو الموقع الإلكتروني للمديرية الصحة بولاية المدية يبلغ (43) تكرار أي بنسبة 15.25% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات مساوية لعدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هي الصفحة الرسمية للمديرية الصحة والسكان بولاية المدية "فايسبوك" يبلغ (43) تكرار أي بنسبة 15.25% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهما الأعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى
- ليلها عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هي الانترنت يبلغ (42) تكرار أي بنسبة 14.89% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هي الاذاعة يبلغ (28) تكرار أي بنسبة 9.93% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- يتبعها عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هو التلفزيون يبلغ (26) تكرار أي بنسبة 9.22% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هو الاتصال المباشر بالزملاء يبلغ (26) تكرار أي بنسبة 9.22% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هي الاعلانات المعلقة يبلغ (15) تكرار أي بنسبة 5.32% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتبعها عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هو اليوتيوب يبلغ (14) تكرار أي بنسبة 4.96% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هي المجلات يبلغ (13) تكرار أي بنسبة 4.61% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هو الانستغرام يبلغ (12) تكرار أي بنسبة 4.26% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتبعها عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هو التويتر يبلغ (10) تكرار أي بنسبة 3.55% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- بعد ذلك عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هي الصحف يبلغ (9) تكرار أي بنسبة 3.19% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - وفي الأخير عدد المستخدمين الذين يرون أن وسائل الاتصال الأكثر فعالية هي وسائل اتصال أخرى يبلغ (1) تكرار أي بنسبة 0.35% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- الجدول رقم (60) يبين وسائل الاتصال أكثر فاعلية مرتبة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

النسبة	التكرار	الاجابة
15.56 %	110	الانترنت
07.07 %	50	الموقع الالكتروني لمديرية الصحة
10.47 %	74	الصفحة الرسمية لمديرية الصحة فيسبوك
07.78 %	55	الموقع الالكتروني للمؤسسة الاستشفائية
09.76 %	69	الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية فيسبوك
06.51 %	46	الاذاعة
08.20 %	58	التلفزيون
04.10 %	29	الصحف
03.25 %	23	المجلات
07.21 %	51	الاعلانات المعلقة
08.49 %	60	الاتصال المباشر بالزملاء
02.97 %	21	التويتر
04.53 %	32	اليوتيوب
03.82 %	27	الانستغرام
00.28 %	2	أخرى
100 %	707	المجموع

- عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية الانترنت يبلغ (110) تكرار أي بنسبة 15.56% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هي الصفحة الرسمية لمديرية الصحة فايستوك يبلغ (74) تكرار أي بنسبة 10.47% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية بالمدية "الفايسبوك" يبلغ (69) تكرار أي بنسبة 9.76% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ويتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هو الاتصال المباشر بالزملاء يبلغ (60) تكرار أي بنسبة 8.49% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هو التلفزيون يبلغ (58) تكرار أي بنسبة 8.20% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هو الموقع الالكتروني للمؤسسة الاستشفائية يبلغ (55) تكرار أي بنسبة 7.78% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هي الاعلانات المعلقة يبلغ (51) تكرار أي بنسبة 7.21% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هو الموقع الالكتروني لمديرية الصحة يبلغ (50) تكرار أي بنسبة 7.07% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هي الاذاعة يبلغ (46) تكرار أي بنسبة 6.51% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هو اليوتيوب يبلغ (32) تكرار أي بنسبة 4.53% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ويتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هي الصحف يبلغ (29) تكرار أي بنسبة 4.10% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هو الانستغرام يبلغ (27) تكرار أي بنسبة 3.82% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هي المجلات يبلغ (23) تكرار أي بنسبة 3.25% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - ويتبها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الوسائل الاتصال الأكثر فاعلية هي التويتر يبلغ (21) تكرار أي بنسبة 2.97% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن هناك وسائل الاتصال أخرى أكثر فاعلية يبلغ (2) تكرار أي بنسبة 0.28% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- رابعا: أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها

الجدول رقم (61) يبين سبب اللجوء الى استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة حسب مستخدمى مديرية الصحة والسكان

النسبة	التكرار	الاجابة
20.57 %	29	آنية الاتصال وسهولته
24.82 %	35	بالنظر لسرعة انتشار المعلومة
14.89 %	21	لصدق المعلومة
9.22 %	13	التفاعلية
19.15 %	27	امكانية الحصول على المعلومة في أي وقت
11.35 %	16	امكانية نقلها للرسالة الاتصالية صوت وصورة
0 %	0	أخرى
100 %	141	المجموعة

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين يرون أن سبب اللجوء الى وسائل الاتصال الحديثة هو سرعة انتشار المعلومة يبلغ (35) تكرار أي بنسبة 24.82% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي الأعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- يليها عدد المستخدمين الذين يرون أن سبب اللجوء الى وسائل الاتصال الحديثة آنية الاتصال وسهولته يبلغ (29) تكرار أي بنسبة 20.57% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين يرون أن سبب اللجوء الى وسائل الاتصال الحديثة هو امكانية الحصول على المعلومة في أي وقت يبلغ (27) تكرار أي بنسبة 19.15% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- يتبعها عدد المستخدمين الذين يرون أن سبب اللجوء الى وسائل الاتصال الحديثة هو لصدق المعلومة يبلغ (21) تكرار أي بنسبة 14.89% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- بعدها عدد المستخدمين الذين يرون أن سبب اللجوء الى وسائل الاتصال الحديثة هو امكانية نقلها للرسالة الاتصالية صوت وصورة يبلغ (16) تكرار أي بنسبة 11.35% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وأخيرا عدد المستخدمين الذين يرون أن سبب اللجوء الى وسائل الاتصال الحديثة هو التفاعلية يبلغ (13) تكرار أي بنسبة 9.22% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (62) يبين سبب اللجوء الى استخدام المستخدم بالمؤسسة الاستشفائية لوسائل الاتصالية الحديثة

النسبة	التكرار	الاجابة
22.37 %	87	آنية الاتصال وسهولته
17.99 %	70	بالنظر لسرعة انتشار المعلومة
07.46 %	29	لصدق المعلومة
15.42 %	60	التفاعلية
19.53 %	76	امكانية الحصول على المعلومة في أي وقت
16.20 %	63	امكانية نقلها للرسالة الاتصالية صوت وصورة
01.03 %	4	أخرى
100 %	389	المجموع

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن سبب اللجوء الى استخدام وسائل الاتصال الحديثة هو آنية الاتصال وسهولته يبلغ (87) تكرار أي بنسبة 22.37% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- يليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن سبب اللجوء الى استخدام وسائل الاتصال الحديثة هو امكانية الحصول على المعلومة في أي وقت يبلغ (76) تكرار أي بنسبة 19.53% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن سبب اللجوء الى استخدام وسائل الاتصال الحديثة بالنظر لسرعة انتشار المعلومة يبلغ (70) تكرار أي بنسبة 17.99% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتبعها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن سبب اللجوء الى استخدام وسائل الاتصال الحديثة هو امكانية نقلها للرسالة الاتصالية صوت وصورة يبلغ (63) تكرار أي بنسبة 16.20% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- بعد هذا يليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن سبب اللجوء الى استخدام وسائل الاتصال الحديثة هو التفاعلية يبلغ (60) تكرار أي بنسبة 15.42% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن سبب اللجوء الى استخدام وسائل الاتصال الحديثة لصدق المعلومة يبلغ (29) تكرار أي بنسبة 7.46% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

- وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن هناك أسباب أخرى للجوء الى استخدام وسائل الاتصال الحديثة يبلغ (4) تكرارات أي بنسبة 1.03% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (63) يبين الهدف من استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة حسب مستخدمي مديرية الصحة و السكان بالمدينة

النسبة	التكرار	الاجابة
37.96 %	41	التعريف بأنشطة المؤسسة وانجازاتها
13.89 %	15	غرس روح الانتماء والتعاون والتآزر
19.44 %	21	التواصل مع الجماهير الخارجية ورصد صدى رسالتها الاتصالية
13.89 %	15	توطيد الصلة مع جماهيرها الخارجية
14.82 %	16	الوصول الى أكبر عدد ممكن من الجمهور
100 %	108	المجموع

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الهدف من استخدامها الوسائل الاتصالية الحديثة هو التعريف بأنشطة المؤسسة وانجازاتها يبلغ (41) تكرار أي بنسبة 37.96% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي الأعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليلها عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الهدف من استخدامها الوسائل الاتصالية الحديثة هو التواصل مع الجماهير الخارجية ورصد صدق رسالتها الاتصالية يبلغ (21) تكرار أي بنسبة 19.44% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الهدف من استخدامها الوسائل الاتصالية الحديثة هو الوصول الى أكبر عدد ممكن من الجمهور يبلغ (16) تكرار أي بنسبة 14.82% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وأخيرا عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الهدف من استخدامها الوسائل الاتصالية الحديثة هو غرس روح الانتماء والتعاون والتآزر بين المستخدمين يبلغ (15) تكرار أي بنسبة 13.89% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- مع عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الهدف من استخدامها الوسائل الاتصالية الحديثة هو توطيد الصلة مع جماهيرها الخارجية يبلغ (15) تكرار أي بنسبة 13.89% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (64) يبين الهدف من استخدامها للوسائل الاتصالية الحديثة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

النسبة	التكرار	الاجابة
34.58 %	102	التعريف بأنشطة المؤسسة وانجازاتها
15.93 %	47	غرس روح الانتماء والتعاون والتآزر بين مستخدمي القطاع الصحي
19.66 %	58	التواصل مع جماهيرها الخارجية ورصد صدق رسائلها الاتصالية
14.58 %	43	توطيد الصلة مع جماهيرها الخارجية
15.25 %	45	الوصول الى أكبر عدد ممكن من الجمهور
100 %	295	المجموع

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الهدف من استخدامها للوسائل الاتصالية الحديثة هو التعريف بأنشطة المؤسسة وانجازاتها يبلغ (102) تكرار أي بنسبة 34.58% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الهدف من استخدامها للوسائل الاتصالية الحديثة هو التواصل مع جماهيرها الخارجية ورصد صدى رسائلها الاتصالية يبلغ (58) تكرار أي بنسبة 19.66% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الهدف من استخدامها للوسائل الاتصالية الحديثة هو غرس روح الانتماء والتعاون والتآزر بين مستخدمي القطاع الصحي يبلغ (47) تكرار أي بنسبة 15.93% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- كما يلي ذلك عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الهدف من استخدامها للوسائل الاتصالية الحديثة هو الوصول الى أكبر عدد من الجمهور يبلغ (45) تكرار أي بنسبة 15.25% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الهدف من استخدامها للوسائل الاتصالية الحديثة هو توطيد الصلة مع جماهيرها يبلغ (43) تكرار أي بنسبة 14.58% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (65) يبين سمات رسائلها الاتصالية حسب مستخدمي مديرية الصحة

النسبة	التكرار	الاجابة
% 46.43	39	بساطة وسهولة
% 29.76	25	الوضوح
% 23.81	20	هادفة
% 0	0	التعقيد والصعوبة
% 0	0	عدم الوضوح
% 0	0	غير هادفة
% 100	84	المجموع

-تبين لنا معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن رسائلها الاتصالية تتميز بالبساطة والسهولة يبلغ (39) تكرار أي بنسبة 46.43% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي الأعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

-ليليها عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن رسائلها الاتصالية تتميز بالوضوح يبلغ (25) تكرار أي بنسبة 29.76% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

-وأخيرا عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن رسائلها الاتصالية تتميز بأنها هادفة يبلغ (20) تكرار أي بنسبة 23.81% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (66) يبين السمات التي تتميز رسائلها الاتصالية بها حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
البساطة والسهولة	102	% 38.06
الوضوح	79	% 29.48
هادفة	75	% 27.99
التعقيد والصعوبة	1	% 00.37
عدم الوضوح	9	% 03.36
غير هادفة	2	% 00.74
المجموع	268	% 100

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن رسائلها الاتصالية تتميز بالبساطة والسهولة يبلغ (102) تكرار أي بنسبة 38.06% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن رسائلها الاتصالية تتميز بالوضوح يبلغ (79) تكرار أي بنسبة 29.48% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن رسائلها الاتصالية تتميز بأنها هادفة يبلغ (75) تكرار أي بنسبة 27.98% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد قليل من المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن رسائلها الاتصالية تتميز بعدم الوضوح يبلغ (9) تكرار أي بنسبة 3.36% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- بينما يتذيل الترتيب نظرا للعدد القليل من المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن رسائلها الاتصالية تتميز بأنها غير هادفة يبلغ (2) تكرار أي بنسبة 0.74% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وكذا مستخدم واحد (1) تكرار من (EPH-Médéa) أجاب أن رسائلها الاتصالية تتميز بالتعقيد والصعوبة أي بنسبة 0.37% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (67) يبين مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها حسب مستخدمي مديرية الصحة و السكان بالمدينة

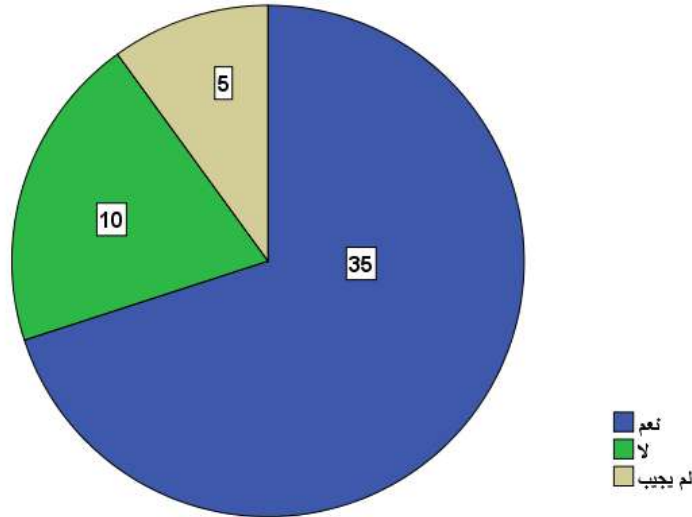
النسبة	التكرار	الاجابة
% 70	35	نعم
% 20	10	لا
% 10	5	دون اجابة
% 100	50	المجموع

- يظهر لنا الجدول أن (35) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن نعم نجحت الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها ويمثل نسبة 70 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (10) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأنه لا لم تنجح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها أي ما يمثل نسبة 20 % من اجمالي المبحوثين.
- (5) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 10 % من اجمالي المبحوثين.
- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:
- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 45، وتمثل 35 اجابة منها اجابات المستخدمين بـ نعم نجحت الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها أي ما يمثل نسبة 77.8 % من عدد هذه الاجابات أي الأغلبية الساحقة، بينما تمثل 10 عدد الاجابات التي رأت بأنه لا لم تنجح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها أي ما يمثل نسبة 22.2 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج نستخلص أن 77.8 بالمئة أي الأغلبية من المجيبين عن السؤال يرون بأن الرسائل الاتصالية نجحت في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها وهذا أمر مهم ومؤشر

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

عن مدى فعالية العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية وعن مدى توطيدها لعلاقتها مع جمهورها وكسب تأييده.

الشكل رقم (19) يمثل دائرة نسبية تبين مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها



الجدول رقم (68) يبين مدى نجاح هذه الرسائل في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

النسبة	التكرار	الإجابة
68,6 %	96	نعم
18,6 %	26	لا
12,9 %	18	دون اجابة
100 %	140	المجموع

- (96) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بـ نعم نجحت هذه الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع الحسن عن المؤسسة لدى جمهورها ويمثل نسبة 68.6 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (26) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بـ لا لم تنجح هذه الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع الحسن عن المؤسسة لدى جمهورها أي ما يمثل نسبة 18.6 % من اجمالي المبحوثين.

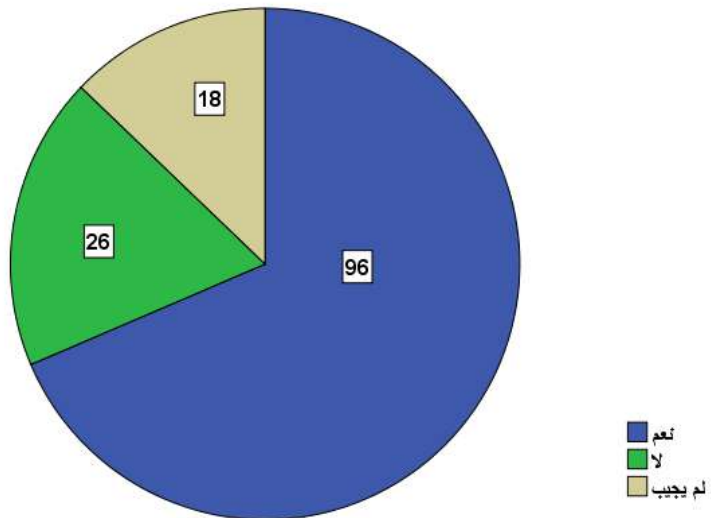
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (18) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 12.9 % من اجمالي المبحوثين

أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 122، وتمثل 96 اجابة لمستخدمين أجابوا بـ نعم نجحت هذه الرسائل في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها أي ما يمثل نسبة 78.7 % من عدد هذه الاجابات وهي أغلبية الإجابات بينما تمثل 26 عدد الاجابات التي رأت بأنه لم تنجح هذه الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع الحسن عن المؤسسة لدى جمهورها أي ما يمثل نسبة 21.3 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.

الشكل رقم (43) يمثل دائرة نسبية تبين مدى نجاح هذه الرسائل في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (69) يبين القيم التي ترتبط بها الصورة المترسخة عن مديرية الصحة والسكان لدى جمهورها حسب مستخدمي المديرية

النسبة	التكرار	الاجابة
18.92 %	21	التعاون والتضامن والتآزر خدمة للصحة العامة
10.81%	12	الاستعداد والجاهزية
12.61%	14	الجوارية والمرافقة الدائمة
16.22 %	18	سرعة تقديم الخدمة وفعالية أدائها
22.52%	25	العصرنة والرقمنة
18.92 %	21	الحرص على صحة المواطن من خلال أولوية الوقاية ووجوب المرافقة العلاجية
100 %	111	المجموع

-تبين لنا معطيات الجدول أن عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الصورة المترسخة لدى جمهورها ترتبط بالعصرنة و الرقمنة اذ يبلغ (25) تكرار أي بنسبة 22.52% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

-يليهما عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الصورة المترسخة لدى جمهورها ترتبط بالتعاون والتضامن والتآزر خدمة للصحة العامة يبلغ (21) تكرار أي بنسبة 18.92% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات. وعدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الصورة المترسخة لدى جمهورها ترتبط بالحرص على صحة المواطن من خلال أولوية الوقاية ووجوب المرافقة العلاجية يبلغ (21) تكرار أي بنسبة 18.92 % من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

-ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الصورة المترسخة لدى جمهورها ترتبط بسرعة تقديم الخدمة وفعالية أدائها يبلغ (18) تكرار أي بنسبة 16.22% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهما متساويان في عدد تكرارات الاجابات الأخرى.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ثم عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الصورة المترسخة لدى جمهورها ترتبط بالجوارية والمرافقة الدائمة يبلغ (14) تكرار أي بنسبة 12.61% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وأخيرا عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن الصورة المترسخة لدى جمهورها ترتبط بالاستعداد والجاهزية يبلغ (12) تكرار أي بنسبة 10.81% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- الجدول رقم(70) يبين مدى ارتباط هذه الصورة المترسخة بالقيم حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة

النسبة	التكرار	الاجابة
21.75%	72	التعاون و التضامن والتآزر خدمة للصحة العامة
13.90%	46	الاستعداد والجاهزية
15.71%	52	الجوارية والمرافقة الدائمة
16.92%	56	سرعة تقديم الخدمة وفاعلية أدائها
18.13%	60	العصرنة والرقمنة
13.59%	45	الحرص على صحة المواطن من خلال أولوية الوقاية ووجوب المرافقة العلاجية
100%	331	المجموع

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الصورة المترسخة لدى جمهورها مرتبطة بالتعاون والتضامن والتآزر خدمة للصحة العامة يبلغ (72) تكرار أي بنسبة 21.75% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الصورة المترسخة لدى جمهورها مرتبطة بالعصرنة والرقمنة يبلغ (60) تكرار أي بنسبة 18.13% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الصورة المترسخة لدى جمهورها مرتبطة بسرعة تقديم الخدمة وفعالية أدائها يبلغ (56) تكرار أي بنسبة 16.92% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- وبعد ذلك عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الصورة المترسخة لدى جمهورها مرتبطة بالجوارية والمراقبة الدائمة يبلغ (52) تكرار أي بنسبة 15.71% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - حيث يليها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الصورة المترسخة لدى جمهورها مرتبطة بالاستعداد والجاهزية يبلغ (46) تكرار أي بنسبة 13.90% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
 - وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن الصورة المترسخة لدى جمهورها مرتبطة بالحرص على صحة المواطن من خلال أولوية الوقاية ووجوب المرافقة العلاجية يبلغ (45) تكرار أي بنسبة 13.59% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- الجدول رقم (71) يبين طبيعة الصورة المترسخة لدى مستخدمي مديرية الصحة والسكان عن مؤسستهم

الاجابة	التكرار	النسبة
ايجابية	36	72 %
سلبية	6	12 %
لم يجيب	8	16 %
المجموع	50	100 %

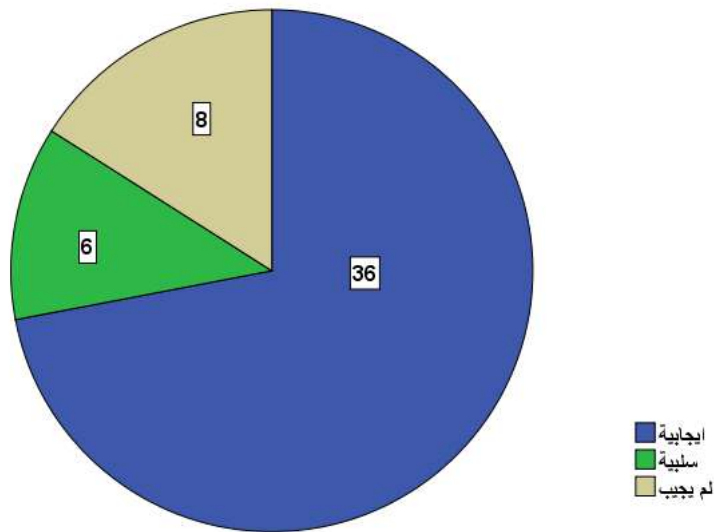
- يظهر لنا الجدول أن (36) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأن طبيعة الصورة المترسخ لديهم عن المديرية ايجابية ويمثل نسبة 72 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (6) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأنه طبيعة الصورة المترسخ لديهم عن المديرية سلبية أي ما يمثل نسبة 12% من اجمالي المبحوثين.
- (8) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 16 % من اجمالي المبحوثين
- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- اذن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 42، وتمثل 36 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأن الصورة المترسخة لديهم عن مديرية الصحة ايجابية أي ما يمثل نسبة 85.7 % بالمئة من عدد هذه الاجابات أي الأغلبية الساحقة، بينما تمثل 6 عدد الاجابات التي رأت بأن طبيعة الصورة المترسخة لديهم عن المديرية سلبية أي ما يمثل نسبة 14.3 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.

- من خلال هذه النتائج نستخلص أن الأغلبية الساحقة (85.7 بالمئة) من المبحوثين الذين أجابوا عن السؤال يرون أن الصورة المترسخة لديهم عن المديرية ايجابية وعلى الرغم من أنه مؤشر ايجابي الا أنه لا يعكس بالضرورة واقع العلاقات العامة بالمديرية التي تعتبر في بداية الطريق فقط، ولا بد لها من تطبيق نموذج فعال للعلاقات العامة الحديثة التي تجمع بين العلاقات العامة الكلاسيكية والعلاقات العامة الرقمية، مكرسة الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه خدمة لأهداف المديرية والقطاع الصحي وتحقيا لحق المواطن في معلومة صحيحة وأخبار صادقة وموثوقة وفقا للقوانين المعمول بها في المجالين الاتصالي والصحي مراعين أخلاقيات المهنة.

الشكل رقم (20) يمثل دائرة تسمية تبيين طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدم بالمديرية عن مؤسسته



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (72) يبين طبيعة صورة مديرية الصحة والسكان بالمدينة المترسخة لدى مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة

الاجابة	التكرار	النسبة
ايجابية	104	% 74,3
سلبية	16	% 11,4
دون اجابة	20	% 14,3
المجموع	140	% 100

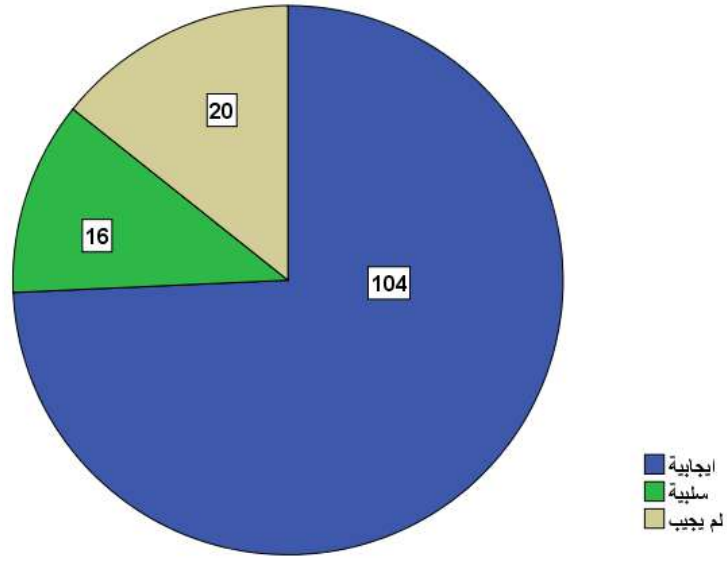
- (104) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأن طبيعة صورة مديرية الصحة مترسخة لدى المستخدم ايجابية ويمثل نسبة 74.3 % وهم أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (16) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا بأن طبيعة صورة مديرية الصحة مترسخة لدى المستخدم سلبية أي مايمثل نسبة 11.4 % من اجمالي المبحوثين.
- (20) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي مايمثل نسبة 14.39 % من اجمالي المبحوثين

أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

- إذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (EPH-Médéa) هو 120، وتمثل 104 اجابة لمستخدمين أجابوا بأن طبيعة صورة مديرية الصحة مترسخة لدى المستخدم ايجابية ما يمثل نسبة 86.7 % بالمئة من عدد هذه الاجابات وهي أغلبية الساحقة من الإجابات وهذا مؤشر عن نجاح القائم بالعلاقات العامة بالمديرية في ترسيخ صورة ايجابية عنها لدى جمهورها حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية ونجاح ممارسة العلاقات العامة بهذه المؤسسة فيما تمثل 16 عدد الاجابات التي رأت بأن طبيعة صورة مديرية الصحة والسكان مترسخة لدى المستخدم سلبية أي ما يمثل نسبة 13.3 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال ،وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بالأغلبية التي ترى نجاحها في ترسيخ صورة ايجابية عنها.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (44) يمثل دائرة نسبية تبين طبيعة صورة مديرية الصحة التي ترسخت لدى المستخدم



خامسا: دور العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان في مواجهة الأزمات

الجدول رقم (73) يبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الصحية الوبائية كورونا حسب مستخدمي مديرية الصحة و السكان بالمدية

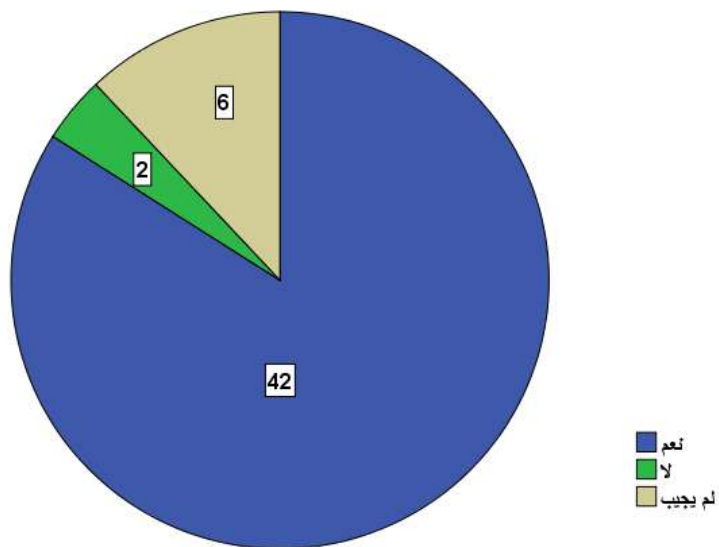
الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	42	% 84
لا	2	% 4
دون اجابة	6	% 12
المجموع	50	% 100

- تبين لنا معطيات الجدول أن (42) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأنه نعم تم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية وهو يمثل نسبة 84 % وهو أعلى نسبة من إجمالي المبحوثين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (2) مستخدم بـ (DSP-Médéa) أجابوا بأنه لم يتم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية أي ما يمثل نسبة 4 % من اجمالي المبحوثين.
- (6) مستخدمين بـ (DSP-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 12 % من اجمالي المبحوثين
- أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين " نعم " و " لا " فهي كآتي:
- اذ أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) هو 44، وتمثل 42 اجابة منها اجابات المستخدمين أجابوا بأنه تم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة بمديرية الصحة والسكان لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية أي ما يمثل نسبة 95.5 % بالمئة من عدد هذه الاجابات أي الأغلبية الساحقة، بينما تمثل 2 عدد الاجابات التي رأت بأنه لم يتم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة بالمديرية لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية أي ما يمثل نسبة 4.5 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال.
- من خلال هذه النتائج يتضح أن الأغلبية الساحقة (95.5 بالمئة) من المبحوثين الذين أجابوا عن السؤال يرون أنه تم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة بمديرية الصحة والسكان لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية وهذا في غاية الأهمية نظرا لدور المهم الذي يمكن أن يقوم به مكتب أو قسم العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الأزمة وحتى الوقاية والحد منها.

الشكل رقم (21) يمثل دائرة نسبوية تبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية كوروننا

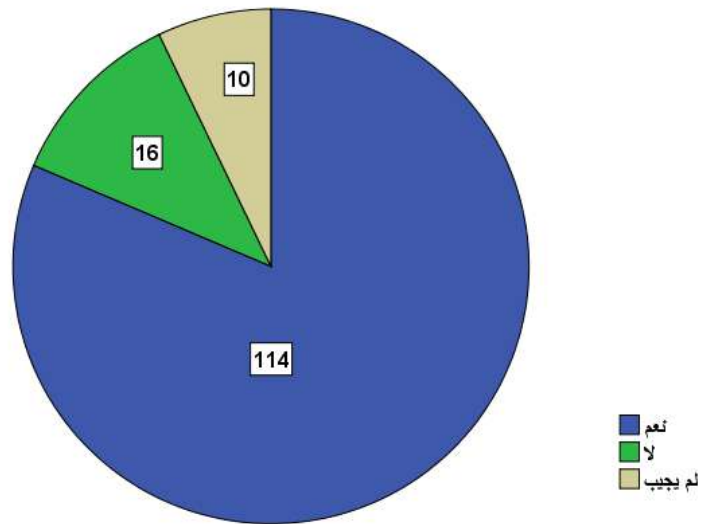


الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول (74) يبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة بالمديرية لمتابعة تطورات الأزمة الصحية لوباء كورونا حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	114	% 81,4
لا	16	% 11,4
دون اجابة	10	% 7,1
المجموع	140	% 100

الشكل رقم (45) يمثل دائرة نسبية تبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة بمديرية الصحة لمتابعة تطورات أزمة ووباء كورونا



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (75) يبين طريقة تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا حسب مستخدمي مديرية الصحة و السكان بالمدينة

النسبة	التكرار	الاجابة
% 19.05	44	بطريقة يقظة
% 14.28	33	بطريقة منظمة
% 12.55	29	سهولة الاتصال
% 12.99	30	بطريقة منسقة
% 11.25	26	دقة المعلومة
% 11.69	27	سرعة اتخاذ القرار المناسب
% 13.85	32	سرعة تنفيذ الاجراءات المناسبة
% 0.43	1	غير يقظة
% 0.43	1	غير منظمة
% 0.43	1	صعوبة الاتصال
% 0	0	غير منسقة
% 1.30	3	معلومات غير دقيقة
% 0.87	2	بطئ اتخاذ القرار المناسب
% 0.87	2	بطئ تنفيذ الاجراءات المناسبة
% 100	231	مجموع

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا كان بطريقة يقظة يبلغ (44) تكرار أي بنسبة 19.05% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا كان بطريقة منظمة يبلغ (33) تكرار أي بنسبة 14.28% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا تعاملت بسرعة في تنفيذ الاجراءات المناسبة يبلغ (32) تكرار أي بنسبة 13.85% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا كان بطريقة منسقة يبلغ (30) تكرار أي بنسبة 12.99% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن المؤسسة اتسم تعاملها عند حدوث أزمة وباء كورونا بسهولة الاتصال يبلغ (29) تكرار أي بنسبة 12.55% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا تعاملت بسرعة في اتخاذ القرار المناسب يبلغ (27) تكرار أي بنسبة 11.69% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بدقة المعلومة يبلغ (26) تكرار أي بنسبة 11.25% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسمت بمعلومات غير دقيقة يبلغ (3) تكرار أي بنسبة 1.30% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا تعاملت ببطء في اتخاذ القرار المناسب يبلغ (2) تكرار أي بنسبة 0.87% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا تعاملت ببطء في تنفيذ الاجراءات المناسبة يبلغ (2) تكرار أي بنسبة 0.87% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وأخيرا عدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا كان بطريقة غير يقظة يبلغ (1) تكرار أي بنسبة 0.43% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وعدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا كان بطريقة غير منظمة يبلغ (1) تكرار أي بنسبة 0.43% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

-وعدد المستخدمين الذين أجابوا بأن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بصعوبة الاتصال يبلغ (1) تكرار أي بنسبة 0.43% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (76) يبين طريقة تعامل المؤسسة الاستشفائية عند حدوث أزمة وباء كورونا حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
بطريقة يقظة	97	16.58 %
بطريقة منظمة	78	13.33 %
سهولة الاتصال	70	11.97 %
بطريقة منسقة	69	11.79 %
دقة المعلومة	54	9.23 %
سرعة اتخاذ القرار المناسب	69	11.79 %
سرعة تنفيذ الاجراءات المناسبة	72	12.31 %
غير يقظة	5	0.86 %
غير منظمة	11	1.88 %
صعوبة الاتصال	12	2.05 %
غير منسقة	9	1.54 %
المعلومات غير دقيقة	15	2.56 %
بطئ اتخاذ القرار المناسب	8	1.37 %
بطئ تنفيذ الاجراءات المناسبة	16	2.74 %
المجموع	585	100 %

- يظهر لنا الجدول أن عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا الذي كان بطريقة يقظة يبلغ (97) تكرار أي بنسبة 16.58% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات وهي أعلى نسبة مقارنة بعدد تكرارات الاجابات الأخرى.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا بطريقة منظمة يبلغ (78) تكرار أي بنسبة 13.33% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بسرعة تنفيذ الاجراءات المناسبة يبلغ (72) تكرار أي بنسبة 12.31% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم تعاملها بسهولة الاتصال يبلغ (70) تكرار أي بنسبة 11.97% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتها كذلك عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا بطريقة منسقة يبلغ (69) تكرار أي بنسبة 11.79% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بسرعة اتخاذ القرار المناسب يبلغ (69) تكرار أي بنسبة 11.79% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بدقة المعلومة يبلغ (54) تكرار أي بنسبة 9.23% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وبعدها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم ببطء اتخاذ الاجراءات المناسبة يبلغ (16) تكرار أي بنسبة 2.74% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليتها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بمعلومات غير دقيقة يبلغ (15) تكرار أي بنسبة 2.56% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بصعوبة الاتصال يبلغ (12) تكرار أي بنسبة 2.05% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- وبعد ذلك عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بطريقة غير منظمة يبلغ (11) تكرار أي بنسبة 1.88% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ليلها عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا كان بطريقة غير منسقة يبلغ (9) تكرار أي بنسبة 1.54% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- ثم عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم ببطء اتخاذ القرار يبلغ (8) تكرار أي بنسبة 1.37% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.
- وفي الأخير عدد المستخدمين (EPH-Médéa) الذين أجابوا أن تعامل المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا اتسم بطريقة غير يقظة يبلغ (5) تكرار أي بنسبة 0.86% من العدد الاجمالي لتكرارات الاجابات.

الجدول رقم (77) يبين مدى التنسيق والاتصال بين مديرية الصحة والسكان لولاية المدية والمؤسسة الاستشفائية لمتابعة تطورات أزمة كورونا حسب مستخدمي المؤسسة

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	111	79,3 %
لا	14	10 %
دون اجابة	15	10,7 %
المجموع	140	100 %

- يظهر لنا الجدول أن (111) مستخدم ب (EPH-Médéa) أجابوا بأنه يوجد تنسيق واتصال بين مديرية الصحة والسكان والمؤسسة الاستشفائية بالمدية لمتابعة تطورات أزمة كورونا ويمثل نسبة 79.3 % وهي أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.
- (14) مستخدم ب (EPH-Médéa) أجابوا بأنه لا يوجد تنسيق واتصال بين مديرية الصحة والسكان والمؤسسة الاستشفائية بالمدية لمتابعة تطورات أزمة كورونا أي ما يمثل نسبة 10 % من اجمالي المبحوثين.

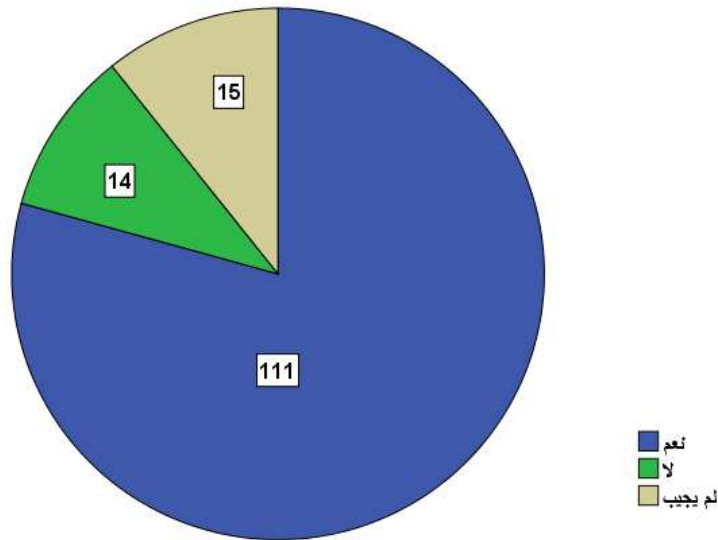
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- (15) مستخدم بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 10.7 % من اجمالي المبحوثين

أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

- إذ أن عدد مستخدمين (EPH-Médéa) المجيبين هو 125 ، من بينهم 111 مستخدم أجابوا بأنه يوجد تنسيق و اتصال بين مديرية الصحة والسكان والمؤسسة الاستشفائية بالمدية لمتابعة تطورات أزمة كورونا ما يمثل نسبة 88.8 % من عدد هذه الاجابات وهي الأغلبية الساحقة من الإجابات وهذا مؤشر عن قيام مسؤول العلاقات العامة (القائم بالاتصال والإعلام) بالمديرية بدوره ومؤشر على قيام مكتب الاعلام والاتصال (مكتب العلاقات العامة) بأداء وظيفته الاتصالية من خلال الاتصال بمكاتب الاتصال وخلايا الاعلام والاتصال بمختلف مصالح المؤسسات الاستشفائية التابعة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية لمتابعة تطورات أزمة كورونا فيما تمثل 14 عدد الاجابات التي رأت بأنه لا يوجد تنسيق و اتصال بين مديرية الصحة والسكان والمؤسسة الاستشفائية بالمدية لمتابعة تطورات أزمة كورونا أي ما يمثل نسبة 11.2 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال ،وهي نسبة قليلة لا يمكن اهمالها فهي تدل على أنه لابد من بذل جهود اتصالية وإعلامية أكبر للتعريف بمجهودات المديرية المبذولة أثناء أزمة وباء كورونا.

الشكل رقم (46) يمثل دائرة نسبية تبين ان تم التنسيق و الاتصال بين مديرية الصحة والمؤسسة لمتابعة تطورات الأزمة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (78) يبين مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة والسكان بالمدينة لمواجهة الأزمة الصحية حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية

النسبة	التكرار	الاجابة
30 %	42	فعالة جدا
60,7 %	85	فعالة
2,1 %	3	غير فعالة
7,1 %	10	دون اجابة
100 %	140	المجموع

- (85) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا أن التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة والسكان بالمدينة لمواجهة الأزمة الصحية كانت فعالة وتمثل نسبة 60.7 % وهي أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

- (42) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا أن التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة والسكان بالمدينة لمواجهة الأزمة الصحية كانت فعالة جدا أي ما يمثل نسبة 30 % من اجمالي المبحوثين.

- (3) مستخدمين بـ (EPH-Médéa) أجابوا أن التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة والسكان بالمدينة لمواجهة الأزمة الصحية كانت غير فعالة أي ما يمثل نسبة 2.1 % من اجمالي المبحوثين

- (10) لمستخدمين بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 7.1 % من اجمالي المبحوثين

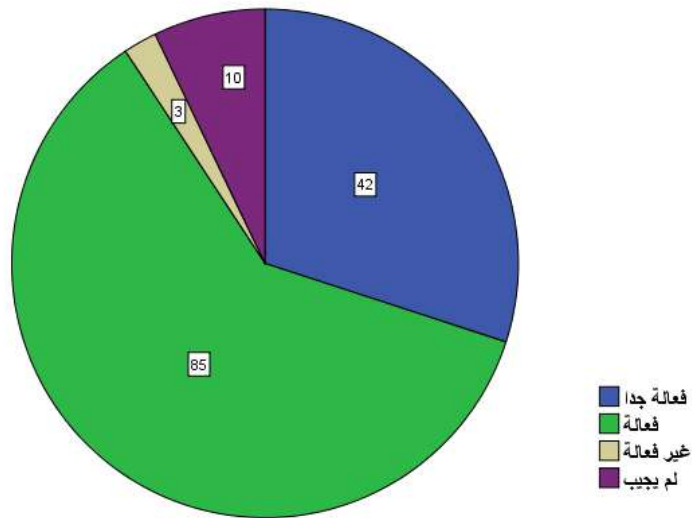
أما إذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالات الثلاث هي كآتي:

- اذ أن عدد مستخدمين (EPH-Médéa) المجيبين هو 130 ، و 85 مستخدم أجابوا بأن هناك فاعلية للتدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة و السكان بالمدينة لمواجهة الأزمة الصحية ما يمثل نسبة 65.4 % بالمئة من عدد هذه الاجابات وهي أغلبية واذما ما أضفنا لها (42) عدد

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الاجابات التي ترى أن هذه التدابير كانت فعالة جدا نجد أنهما يشكلان معا الغالبية الساحقة للمجيبين عن السؤال وهذا مؤشر على فاعلية هذه التدابير والإجراءات في الحد من الأزمة الصحية كورونا فيما تمثل 3 عدد الاجابات التي رأيت بأن هذه التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة و السكان لمواجهة الأزمة الصحية كانت غير فعالة أي ما يمثل نسبة 2.3 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال ،وهي نسبة قليلة جدا .

الشكل رقم (47) يمثل دائرة نسبية تبين مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة لمواجهة الأزمة الصحية حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية



الجدول رقم (79) يبين مدى تبني مديرية الصحة والسكان لاستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	95	% 67,9
لا	18	% 12,9
دون اجابة	27	% 19,3
المجموع	140	% 100

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يظهر لنا الجدول أن (95) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا أن مديرية الصحة والسكان بالمدينة تتبنى استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات وتمثل نسبة 67.9 % وهي أعلى نسبة من اجمالي المبحوثين.

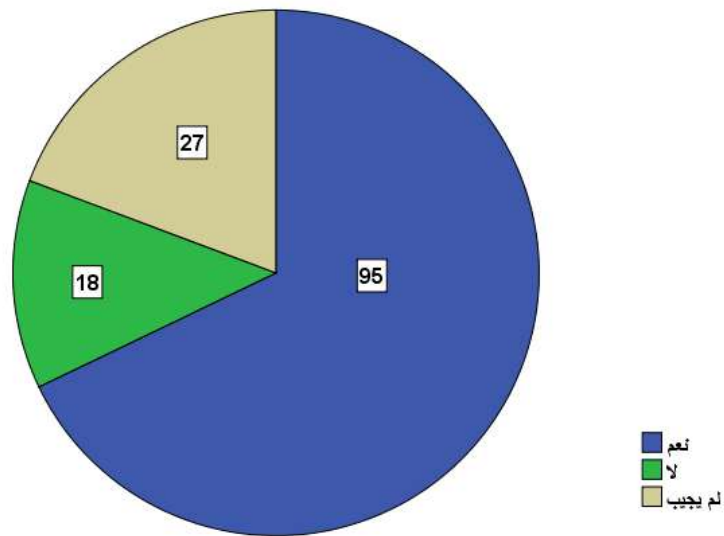
- (18) مستخدم بـ (EPH-Médéa) أجابوا أن مديرية الصحة والسكان بالمدينة لا تتبنى استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات أي ما يمثل نسبة 12.9 % من اجمالي المبحوثين.

- (27) لمستخدمين بـ (EPH-Médéa) لم يجيبوا عن السؤال أي ما يمثل نسبة 19.3 % من اجمالي المبحوثين

أما اذا ما تحدثنا عن نسب التي تحصلت عليها الاجابات حسب الاحتمالين فهي كآتي:

- اذ أن عدد مستخدمين (EPH-Médéa) المحييين هو 113 ، و 95 مستخدم أجابوا بأن المديرية تتبنى استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات ما يمثل نسبة 84.1 % بالمئة من عدد هذه الاجابات وهي أغلبية فيما تمثل (18) عدد الاجابات التي رأّت بأن المديرية لا تتبنى استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات ما يمثل نسبة 15.9 بالمئة من عدد الاجابات عن السؤال، وهي نسبة يراها مختصو العلاقات العامة مؤشر على أن تعريف المديرية بإستراتيجيتها الاتصالية في مواجهة الأزمات لدى الوسط الداخلي (المستخدمين) غير كافي، ولابد من الترويج أكثر حتى يتعرف عليها كل عمال ومستخدمي المؤسسة لترجمتها إلى سلوك من طرف المستخدم مما يحقق أهداف المؤسسة.

الشكل رقم (48) يمثل دائرة نسبية تبين مدى تبني مديرية الصحة لاستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

المبحث الثالث: تفسير نتائج الدراسة

قراءة وتحليل الجداول المركبة لاستخلاص صحة الفرضية:

الجدول المركب رقم (80) يبين مدى وجود جهاز للعلاقات العامة (خلية الاعلام والاتصال) بمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة

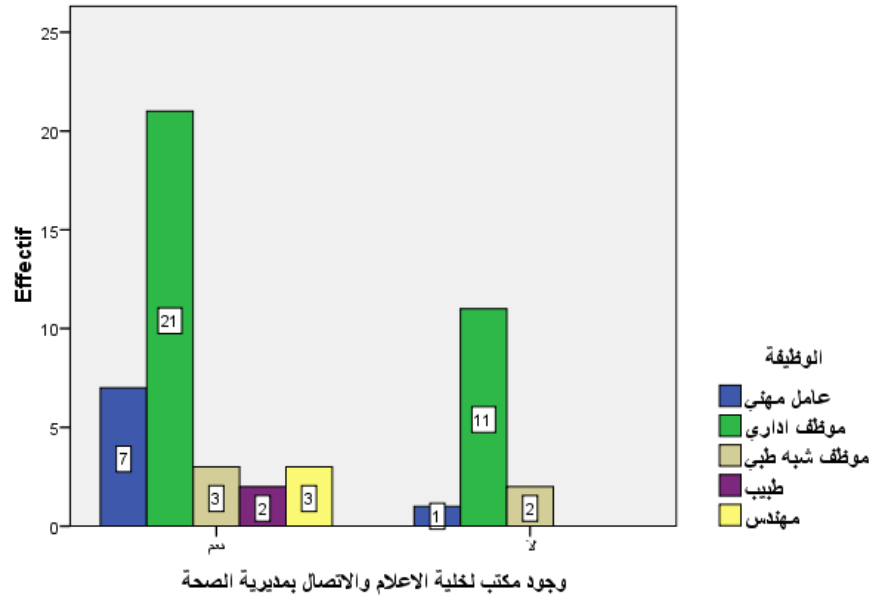
المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
36	7	21	3	2	3	نعم
% 72	% 87,5	% 65,6	% 60	% 100	% 100	
14	1	11	2	0	0	لا
% 28	% 12,5	% 34,4	% 40	% 0	% 0	
50	8	32	5	2	3	المجموع
% 100	% 100	%100	% 100	% 100	% 100	

- تبين لنا معطيات الجدول حول رأي المستخدمين عن مدى وجود مكتب لخلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان بالمدينة أن الاتجاه العام للأطباء يرى أنه نعم يوجد مكتب لخلية الاعلام والاتصال بالمديرية ونسبته تقدر بـ 100%، يقابلها 100% بالنسبة لفئة المهندسين يرون وجود مكتب للخلية بالمديرية كما يقابلها 87.5 % بالنسبة للعمال المهنيين ويقابلها بالنسبة للموظفين الاداريين 65 بالمئة نعم وبالنسبة لفئة الشبه طبي 60 بالمئة. نلاحظ وجود عدم وجود فروق ذات دلالة فكل الفئات الوظيفية حتى التي ظهرت بعض الفروق غير معتبرة لكونها غير مؤثرة لكون الغالبية ترى نفس توجه الاتجاه العام أي اتجاه العام للأطباء والمهندسين وجود مكتب للاتصال والاعلام بالمديرية التي بلغت 100 بالمئة فيما أن نسبة موظفي الشبه الطبي الذين أجابوا أنه لا يوجد مكتب لخلية الاعلام والاتصال بالمديرية وتقدر بـ 40 بالمئة، ويقابلها 34.4 % بالنسبة للموظفين الاداريين ويقابلها كذلك 12.5% بالنسبة للعمال المهنيين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- وهذا ما يجعل من الضروري بذل جهود أكبر للتعريف بمكتب الخلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة من خلال بداية تخصيص مكتب خاص بخلية الاعلام والاتصال مستقل عن المصالح الأخرى وبوضع لافتات للتعريف به بالمديرية وعبر نشاطات الاتصالية لهذه الخلية عبر مختلف القنوات الاتصالية ومن بينها الموقع الرسمي للمديرية الصحة وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمديرية.

الشكل رقم (49) يمثل أعمدة بيانية تبين جبات المستخدمين حول مدى وجود مكتب لخلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (81) يبين الى أي جهة ادارية تابعة لها خلية الاعلام والاتصال (جهاز للعلاقات العامة) بمديرية الصحة حسب الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الإجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
24	5	15	1	1	2	الى مدير الصحة مباشرة
% 61,5	% 62,5	% 68,2	% 25	% 50	% 66,7	
9	3	4	1	1	0	الى مصلحة السكان
% 23,1	% 37,5	% 18,2	% 25	% 50	% 0	
6	0	3	2	0	1	الى مصلحة أخرى
% 15,4	% 0	% 13,6	% 50	% 0	% 33,3	
39	8	22	4	2	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- من خلال الجدول يتضح أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 39، وتمثل 24 اجابة منها اجابات المستخدمين الذين أجابوا بأن الجهة الادارية التابع لها خلية الاعلام والاتصال بالمديرية هو مدير الصحة مباشرة أي بنسبة 61.5 % من عدد هذه الاجابات، فيما تمثل 9 عدد الاجابات التي أجابت بأن الجهة الادارية التي تتبع لها الخلية هي مصلحة السكان أي بنسبة 23.1 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال و كما تمثل 6 عدد الاجابات التي أجابت بأن الخلية تابعة لجهة أخرى أي بنسبة 15.4 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

- من خلال قراءة نتائج الكمية للجدول يتبين أن الاتجاه العام لرأي مستخدمي مديرية الصحة والسكان حول الجهة الادارية التابع لها خلية الاعلام والاتصال بالمديرية هو الاتجاه العام لموظفين الاداريين

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

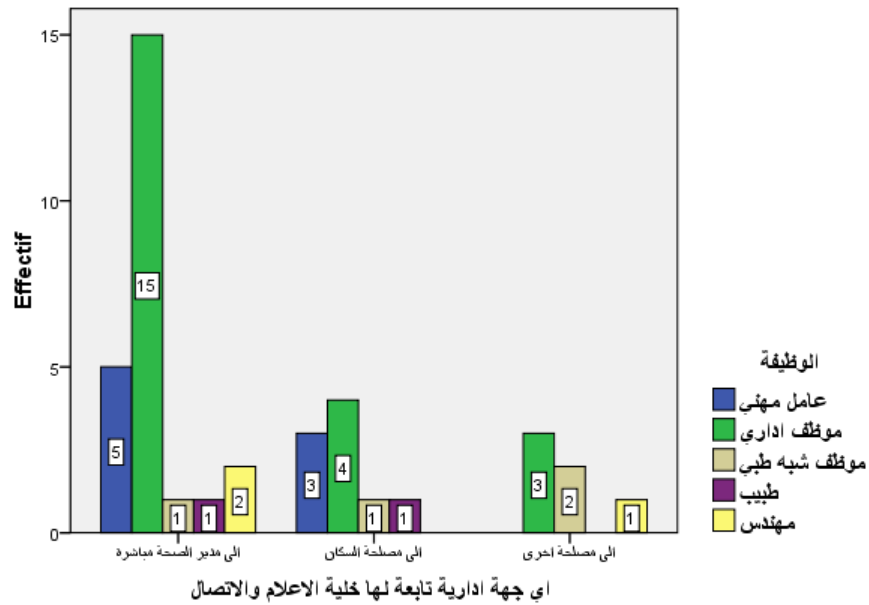
اذ يقدر ب 68.2 بالمئة الذين يرون أنها تابعة لمدير الصحة مباشرة، ويقابلها 66.7 % بالنسبة للمهندسين ويقابلها أيضا 62.5 % بالنسبة للعمال المهنيين، فيما يقبلها 50 % بالنسبة للأطباء، وكذا 25 % بالنسبة لموظفي الشبه الطبي.

- فيما نسبة الأطباء الذين أجابوا بأن خلية الاعلام والاتصال تابعة لمصلحة السكان تقدر ب 50%، ويقابلها 37.5 % بالنسبة للعمال المهنيين، ويقابلها أيضا 25 % بالنسبة لموظفي الشبه الطبي، ويقابلها أيضا 18.2 % بالنسبة للموظفين الاداريين.

- وفيما نسبة موظفي الشبه الطبي الذين أجابوا بأن خلية الاعلام والاتصال بالمديرية تابعة الى مصلحة أخرى تقدر ب 50% ويقابلها 33.3 % بالنسبة للمهندسين، ويقابلها 13.6 % بالنسبة للموظفين الاداريين.

- ومن خلال النتائج نستنتج أن خلية الاعلام والاتصال خلية تمارس نشاطها وتأخذ توجيهات مباشرة من مدير الصحة لكونه المسؤول الأول عن المؤسسة وعلاقاتها العامة.

الشكل رقم (50) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن الى أي جهة تابع لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (82) يبين مدى أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
37	6	21	5	2	3	نعم
% 77,1	% 75	% 70	% 100	% 100	% 100	
11	2	9	0	0	0	لا
% 22,9	% 25	% 30	% 0	% 0	% 0	
48	8	30	5	2	3	المجموع
% 100	%100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 48، وتمثل 37 اجابة منها اجابات المستخدمين الذين اجابوا بنعم تولي الادارة العليا للمديرية أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 77.1 % من عدد هذه الاجابات، فيما تمثل 11 عدد الاجابات التي رأت بأن المديرية لا تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 22.9 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

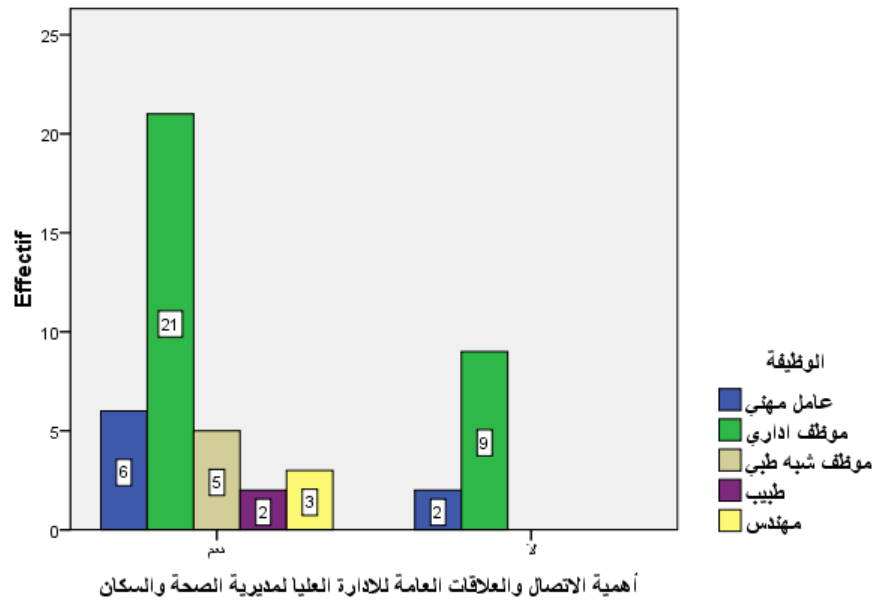
- ونلاحظ من خلال قراءة البيانات الكمية للجدول: الاتجاه العام للآراء المستخدمين عن مدى اهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان بالمدية، اذ الاتجاه العام للأطباء 100 % نعم هناك اهمية للاتصال والعلاقات العامة لدى ادارة العليا للمديرية، يقابلها 100 % بالنسبة للمهندسين وكذلك يقابله 100 % لموظفي الشبه الطبي، ويقابلها في الجدول 75 % بالنسبة للعمال المهنيين و70 % بالنسبة للموظفين الإداريين.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- بينما نسبة الموظفين الاداريين الذين يرون ان الادارة العليا لمديرية الصحة لا تولي اهمية للاتصال والعلاقات العامة تقدر بـ 30 %، ويقابلها 25 % بالنسبة للعمال المهنيين وهذا ما يجعلنا نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة بين مختلف فئات المستخدمين والاختلافات البسيطة ترجع الى العدد الخاص بكل فئة.

- ومع هذا يمكننا القول ان متغير الوظيفة له دور في مدى إدراك المستخدم لأهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا للمديرية بالنظر لعدة عوامل لعل أبرزها مستوى التعليمي وطبيعة وظيفة هذه الفئات ومدى تواصلها المباشر مع الادارة العليا للمديرية كما أن ايلاء الادارة العليا لمديرية الصحة أهمية للاتصال والعلاقات العامة تسهل من امكانية اشراك العلاقات العامة في الادارة الاستراتيجية كما أنها سبب وجيه لتمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الابلاغ المباشر مع الادارة العليا مما يعد مؤشر على امكانية تطبيق العلاقات العامة الممتازة .

الشكل رقم (51) يمثل أعمدة بيانية تبين اجبات المستخدمين حول أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة



الجدول رقم (83) يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
22 % 61,1	2 % 33,3	14 % 70	3 % 60	2 % 100	1 % 33,3	اهمية كبيرة
13 % 36,1	4 % 66,7	6 % 30	1 % 20	0 % 0	2 % 66,7	اهمية متوسطة
1 % 2,8	0 % 0	0 % 0	1 % 20	0 % 0	0 % 0	أهمية بسيطة
36 % 100	6 % 100	20 % 100	5 % 100	2 % 100	3 % 100	المجموع

- من خلال الجدول يتضح أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 36، وتمثل 22 اجابة منها اجابات المستخدمين الذين اجابوا بأن الادارة العليا للمديرية تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 61.1 % من عدد هذه الاجابات، و تمثل 13 عدد الاجابات التي رأت بأن الادارة العليا للمديرية تولي أهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 36.1 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال، فيما يمثل 1 عدد الاجابات التي رأت بأن الادارة العليا للمديرية تولي أهمية بسيطة للاتصال والعلاقات العامة أي بنسبة 2.8 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

- يتضح لنا من خلال بيانات الكمية للجدول ان نسبة الأطباء الذين اجابوا بان الادارة العليا لمديرية الصحة والسكان تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة تقدر بـ 100%، يقابلها 70% بالنسبة

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

للموظفين الإداريين و60% بالنسبة لموظفي الشبه الطبي و33.3% بالنسبة لكل من العمال المهنيين والمهندسين كل على حدى.

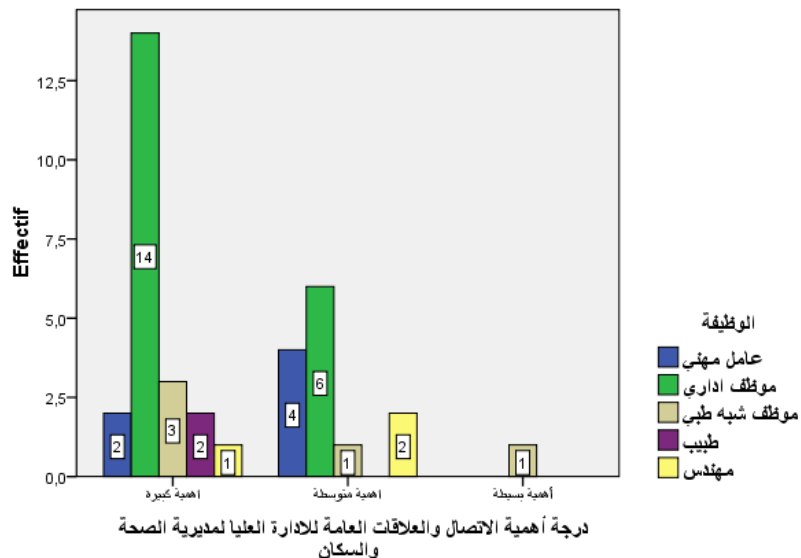
- فيما ان نسبة المهندسين والعمال المهنيين الذين اجابا كل منهما بان الادارة العليا للمديرية تولي اهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة تقدر بـ 66.7% لكل منهما على حدى، يقابلها 30% بالنسبة للموظفين الإداريين و20% لموظفي الشبه الطبي.

- كما ان نسبة موظفي الشبه الطبي الذين اجابوا ان الادارة العليا لمديرية الصحة تولي اهمية بسيطة للاتصال والعلاقات العامة تقدر بـ 20% فقط.

- نستنتج وجود فروق ذات دلالة بين مختلف فئات الموظفين مما يجعل متغير الوظيفة له دور مؤثر في اجابات المبحوثين عن درجة اهمية الاتصال والعلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان بالمدية.

- ويرجع ذلك لوجود علاقة ارتباط طردية بين طبيعة وظيفة المبحوثين المستجوبين ودرجة ايلاء الادارة العليا للمديرية اهمية للاتصال والعلاقات العامة لأن قيمة قوة الدلالة أقل من 0.05 وهذا يعني كلما زاد المستوى الوظيفي للمستخدم المستجوب كلما ازدادت درجة ايلاء اهمية الاتصال والعلاقات العامة بالنسبة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان. ويمكن تفسير ذلك لكون أولا المستخدمين ذو الوظائف العليا لهم مستوى تعليمي عالي اضافة الى كونهم يحضون بمشاركة أو حضور فعاليات و أنشطة العلاقات العامة التي تنظمها مديرية الصحة والسكان بولاية المدية و تواصلهم مع الادارة العليا عكس ذوو الوظائف الدنيا كالعمال المهنيين.

الشكل رقم(52) يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (84) يبين مدى اتصال المستخدم بمسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) لمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
23	3	14	3	1	2	نعم
% 50	% 37,5	% 50	% 60	% 50	% 66,7	
23	5	14	2	1	1	لا
% 50	% 62,5	% 50	% 40	% 50	% 33,3	
46	8	28	5	2	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

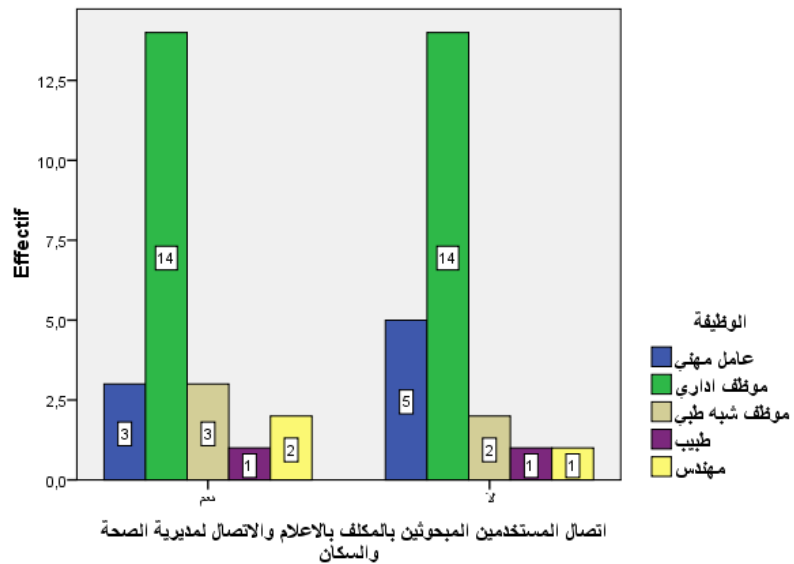
- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 46، وتمثل 23 اجابة منها اجابات المستخدمين الذين اجابوا أنه سبق لهم وأن اتصلوا بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان أي بنسبة 50 % من عدد هذه الاجابات، فيما تمثل 23 عدد الاجابات المستخدمين الذين اجابوا أنهم لم يتصلوا بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان أي بنسبة 50 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول ان نسبة المبحوثين المهندسين اللذين اجابوا بانهم قاموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية يقدر بـ 66.7 %، يقابلها 60 % بالنسبة لموظفي الشبه الطبي، ويليهما 50 % بالنسبة لفئتي الاطباء والموظفين الاداريين كل على حدى ويليهما 37.5 % بالنسبة للعمال المهنيين اللذين قاموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- فيما ان نسبة العمال المهنيين اللذين لم يقوموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال تقدر بـ 62.5 % ويقابلها 50 % بالنسبة للأطباء والموظفين الإداريين كل على حدى، وتليهما 40 % بالنسبة لموظفي الشبه الطبي، واخيرا 33.3 % بالنسبة للمهندسين اللذين لم يقوموا بالاتصال به.
- هذا ما يجعلنا نستنتج ان متغير الوظيفة ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول مدى اتصالهم بالمكلف بالإعلام والاتصال لكون خلية الاعلام والاتصال تفتح ابوابها وقنوات تواصلها للتواصل مع كل شرائح المستخدمين دون تمييز لطبيعة وظائفهم. لكون العلاقة غير دالة احصائيا لأن قيمة الدلالة الاحصائية أكبر من 0.05 أي أن هذا الارتباط الضعيف (0.131) (مع الإشارة السالبة) بين وظيفة المستخدم المبحوث ومدى اتصاله بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة و السكان حدث بمحض الصدفة و لا يعتد به في التعميم.

الشكل رقم (53) يمثل أعمدة بيانية تبين مدى اتصال المستخدمين المبحوثين بالمكلف بالاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (85) يبين مدى تجاوب مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة مع المستخدم حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
19	2	13	2	1	1	جيد
% 57,6	% 50	% 65	% 50	% 50	% 33,4	
10	2	5	1	1	1	حسن
% 30,3	% 50	% 25	% 25	% 50	% 33,3	
4	0	2	1	0	1	لم يتجاوب اطلاقا
% 12,1	% 0	% 10	% 25	% 0	% 33,3	
33	4	20	4	2	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- من خلال الجدول يتضح أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو (33)، وتمثل (19) اجابة منها اجابات المستخدمين الذين أجابوا بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة كان جيد معهم أي بنسبة 57.6 % من عدد هذه الإجابات، و تمثل (10) عدد الاجابات التي رأت بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم كان حسن أي بنسبة 30.3 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال فيما يمثل (4) عدد الاجابات التي رأت بأن المكلف بالإعلام والاتصال لم يتجاوب اطلاقا معهم أي بنسبة 12.1 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- يتضح لنا من خلال البيانات الكمية للجدول ان نسبة الموظفين الاداريين اللذين اجابوا بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم كان جيد تقدر ب 65 %، ويقابلها 50 % بالنسبة للأطباء وموظفي الشبه الطبي والعمال المهنيين كل على حدي، يليها نسبة المهندسين التي تقدر ب 33.4 %.
- فيما نسبة الاطباء والعمال المهنيين اللذين اجابوا بان تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال كان حسنا تقدر ب 50 % تقابلها 33.3 % بالنسبة للمهندسين ويليها 25 % بالنسبة للموظفين الاداريين وموظفي الشبه الطبي كل على حدي.
- نستنتج أنه لا يوجد فروق ذات دلالة (القيمة الاحصائية = 0.213 وهي أكبر من 0.05) وبين مختلف الفئات الوظيفية مما يعني أن ليس لمتغير الوظيفة دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول مدى تجاوب المكلف بالاتصال معهم، فإجابات المبحوثين أظهرت تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم بشكل جيد وحسن وهذا مؤشر على وجود اتصال متوازن ثنائي الاتجاه أهم ركائز العلاقات العامة الممتازة. ونسبة صغيرة من المستخدمين بعدد تكرارات قليلة، الذين عبروا عن عدم تجاوبه اطلاقا معهم لذا لا بد من تدارك النقائص التي قد ترجع الى انشغال المكلف بالاتصال والاعلام بمهام أخرى، بسبب الحاق مهام مسؤول العلاقات العامة بمصلحة أخرى (الموارد البشرية) اذ له مهام أخرى قد تشغله عن التواصل معهم، هذا ما يجعل استقلالية مكتب الاتصال و الاعلام (مكتب العلاقات العامة) عن أي مصلحة من مصالح المديرية أمر مهم ويكون تابع مباشرة لمدير الصحة مع امكانية جعل جهاز العلاقات العامة عبارة عن مصلحة أو دائرة علاقات عامة لها مدير للعلاقات العامة و موظفين مرؤوسين يوزع عليهم المهام المتنوعة للعلاقات العامة حسب الهيكل التنظيمي الداخلي لإدارة العلاقات العامة حسب ما اقترحته المديرية على وزارة الصحة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (86) يبين تقييم المهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال (مسؤول العلاقات العامة) لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الإجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
13	3	8	1	0	1	ذات كفاءة عالية
% 35,1	% 75	% 33,3	% 25	% 0	% 33,3	
15	1	11	2	1	0	ذات كفاءة حسنة
% 40,5	% 25	% 45	% 50	% 50	% 0	
6	0	4	1	1	0	ذات كفاءة متوسطة
% 16,2	% 0	% 16,7	% 25	% 50	% 0	
3	0	1	0	0	2	ضعيفة
% 8,1	% 0	% 4,2	% 0	% 0	% 66,7	
37	4	24	4	2	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو (37)، وتمثل (15) اجابة اجابات المستخدمين الذين أجابوا أن تقييمهم للمهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان بالمدينة يتسم بكفاءة حسنة أي بنسبة 40.5 % من عدد هذه الإجابات، فيما تمثل (13) عدد الاجابات المستخدمين الذين رأوا أن المكلف بالإعلام والاتصال للمديرية يتسم بكفاءة عالية أي بنسبة 35.1 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

- وتمثل (6) اجابات المستخدمين الذين أجابوا أن المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان بالمدينة يتسم بكفاءة متوسطة أي بنسبة 16.2 % من عدد هذه الإجابات فيما تمثل (3) عدد اجابات

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

المستخدمين الذين رأوا أن المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان بالمدية يتسم كفاءة ضعيفة أي بنسبة 8.1 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة العمال المهنيين الذين قِيموا المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال بأنها ذات كفاءة عالية تقدر ب 75%، ويقابلها 33.3 % بالنسبة للمهندسين والموظفين الاداريين كل على حدى، ويقابلها 25 % موظفي الشبه الطبي.

- فيما أن نسبة الأطباء وموظفي الشبه الطبي الذين قيموا المهارات الاتصالية ب ذات كفاءة حسنة تقدر ب 50%، 50 % على التوالي، ويقابلها 45 % بالنسبة للموظفين الاداريين، ويقابلها أيضا 25 % بالنسبة للعمال المهنيين.

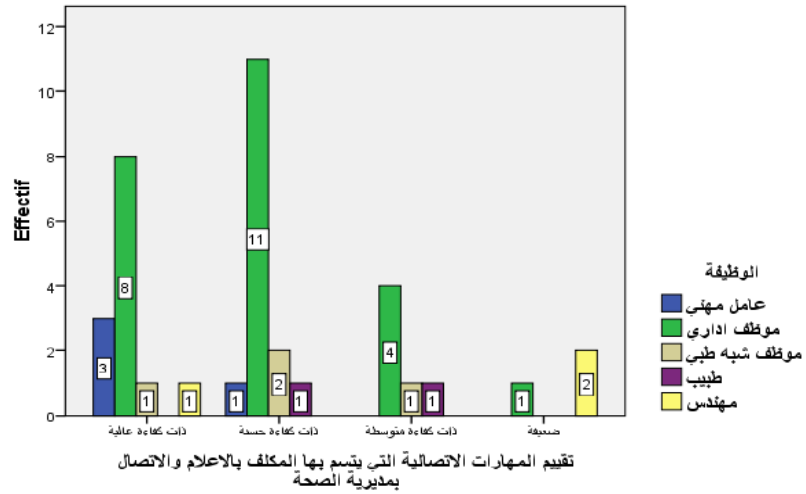
- فيما أن نسبة الأطباء الذين قيموا المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال أنها ذات كفاءة متوسطة تقدر ب 50 % ، يقابلها 25 % بالنسبة لموظفي الشبه طبي، ويقابلها أيضا 16.7 % بالنسبة للموظفين الاداريين.

- وفيما نسبة المهندسين الذين قِيموا المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ب الضعيفة تقدر ب 66.7 % ويقابلها 4.2 % بالنسبة للموظفين الاداريين.

- ونستنتج أن هناك فروق ذات دلالة احصائيا (قيمة الدلالة الاحصائية = 0.01 وهي أصغر من 0.05) ووجود علاقة طردية ضعيفة بين فئات الوظيفة و رأي المستخدم في المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان بالمدية لأن يمكن للمنصب الوظيفي أن يجعل الموظف على دراية بالمعايير التي يتم على أساسها تقييم المهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالعلام والاتصال وهنا يمكن القول إن متغير الوظيفة له دور مهم في اجابات مختلف فئات المستخدمين حول تقييمهم للمهارات الاتصالية.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (55) يمثل أعمدة بيانية تبين تقييم المستخدمين للمهارات الاتصالية للمكلف بالاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة



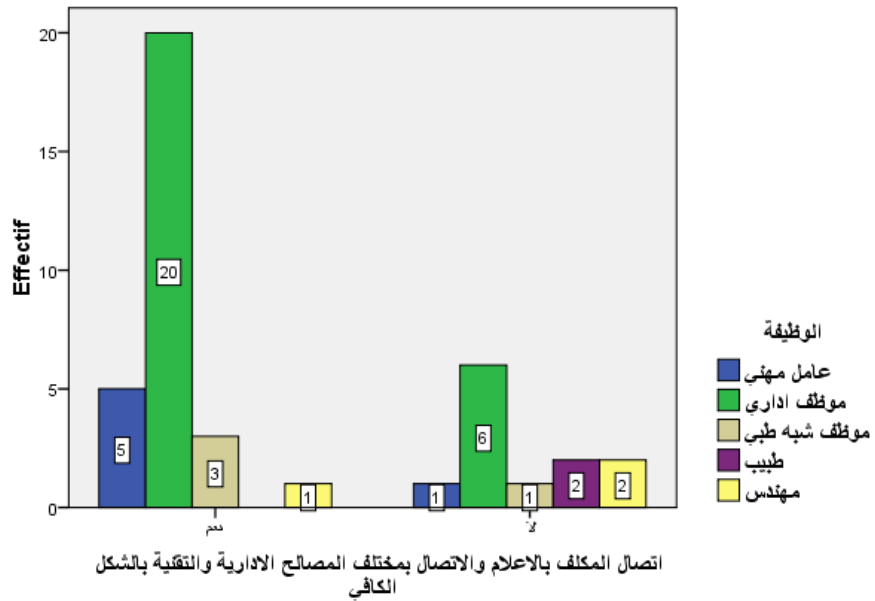
الجدول رقم (87) يبين مدى اتصال المكلف بالإعلام والاتصال (مسؤول العلاقات العامة) بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
29	5	20	3	0	1	نعم
% 70,7	% 83,3	% 76,9	% 75	% 0	% 33,3	
12	1	6	1	2	2	لا
% 29,3	% 16,7	% 23,1	% 25	% 100	% 66,7	
41	6	26	4	2	3	المجموع
% 100	%100	% 100	% 100	% 100	% 100	

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- من خلال الجدول يتضح أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 41، وتمثل 29 اجابات المستخدمين الذين أجابوا بنعم يقوم المكلف بالإعلام والاتصال بالاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي أي بنسبة 70.7 بالمئة من عدد هذه الاجابات، فيما تمثل 12 عدد اجابات المستخدمين الذين يرون بأن المكلف بالإعلام والاتصال لا يقوم بالاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي أي بنسبة 29.3 بالمئة من اجمالي الاجابات عن السؤال.
- ونستنتج أن هناك فروق ذات دلالة احصائيا (قيمة الدلالة الاحصائية = 0.021 وهي أقل من 0.05) بتالي وجود علاقة طردية ضعيفة بين فئات الوظيفة و مدى اتصال مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي.

الشكل رقم (56) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى اتصال المكلف بالإعلام والاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بالشكل الكافي حسب متغير الوظيفة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (88) يبين مدى وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة

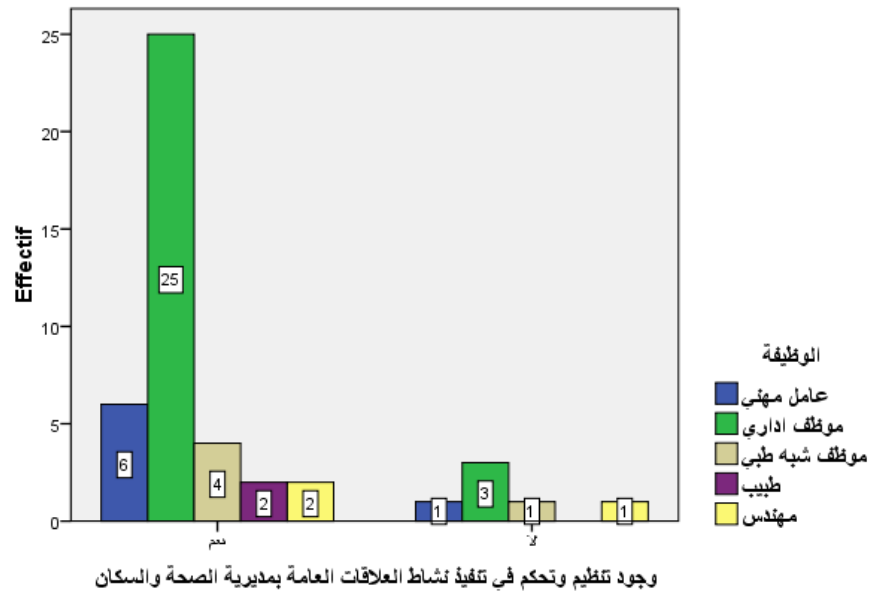
المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
39 % 86,7	6 % 85,7	25 % 89,3	4 % 80	2 % 100	2 % 66,7	نعم
6 % 13,3	1 % 14,3	3 % 10,7	1 % 20	0 % 0	1 % 33,3	لا
45 % 100	7 % 100	28 % 100	5 % 100	2 % 100	3 % 100	المجموع

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 45، وتمثل 39 اجابات المستخدمين الذين أجابوا بـ نعم يوجد تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية أي بنسبة 86.7 % من عدد هذه الإجابات فيما تمثل 6 عدد الاجابات الذين أجابوا بأنه لا يوجد تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة أي بنسبة 13.3 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

- هذا ما يجعلنا نستنتج ان متغير الوظيفة ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول مدى وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة وهذا مؤشر جيد على قيام جهاز العلاقات العامة بدوره من خلال التنظيم الجيد للفعاليات والتحكم الجيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة، وبأن نشاطات وفعاليات العلاقات العامة المنظمة بالمديرية تشمل مختلف الفئات الوظيفية الممثلة في العينة المدروسة. والعلاقة غير دالة احصائيا لكون قيمة الدلالة الاحصائية هي 0.509 وهي أكبر من 0.05 أي لا يوجد ارتباط بين وظيفة المستخدم المبحوث ورأيه عن وجود تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (57) يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن مدى وجود تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة



الجدول رقم (89) يبين المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة

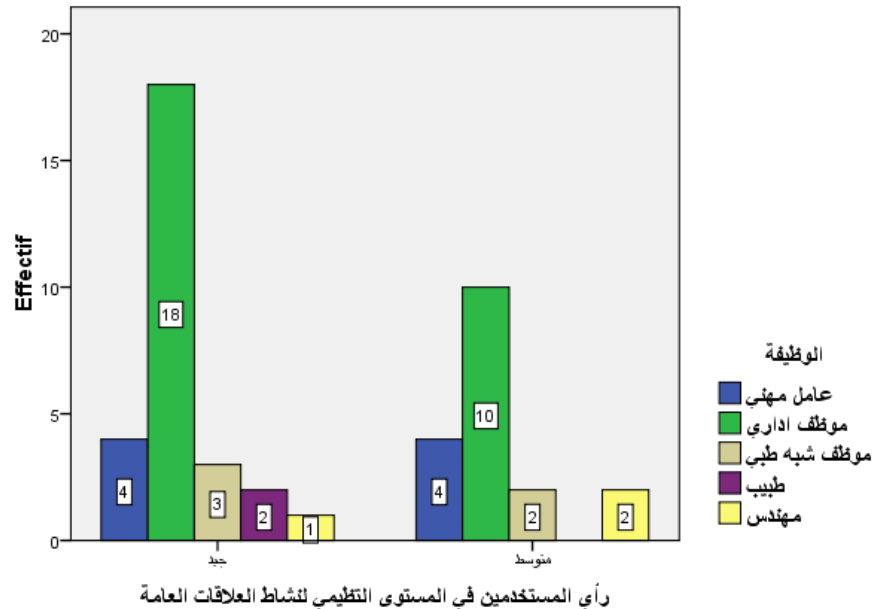
المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
28	4	18	3	2	1	جيد
% 60,9	% 50	% 64,3	% 60	% 100	% 33,3	
18	4	10	2	0	2	متوسط
% 39,1	% 50	% 35,7	% 40	% 0	% 66,7	
46	8	28	5	2	3	الموضوع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- من خلال الجدول يتضح أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 46، وتمثل 28 اجابات المستخدمين الذين أجابوا بأن مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة جيد أي بنسبة 60.9 % من عدد هذه الإجابات، فيما تمثل 18 عدد الاجابات الذين أجابوا بأن مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بالمديرية حسن أي بنسبة 39.1 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

- نستنتج أنه لا يوجد فروق ذات دلالة (القيمة الاحصائية = 0.980 وهي أكبر من 0.05) بين مختلف الفئات الوظيفية مما يعني أن ليس لمتغير الوظيفة دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة لعدم وجود علاقة ذات دلالة بين المتغيرين.

الشكل رقم (58) يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

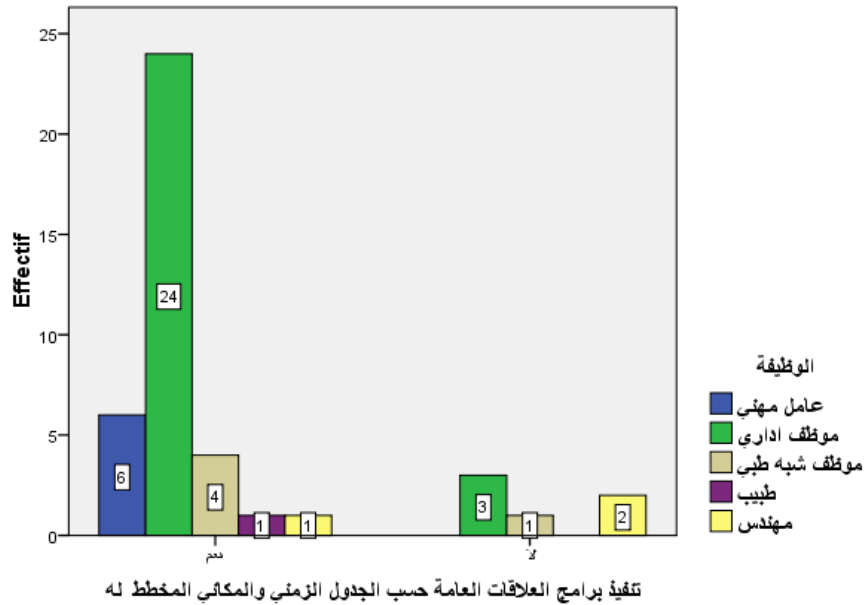
الجدول رقم (90) يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
36	6	24	4	1	1	نعم
% 85,7	% 100	% 88,9	% 80	% 100	% 33,3	
6	0	3	1	0	2	لا
% 14,3	% 0	% 11,1	% 20	% 0	% 66,7	
42	6	27	5	1	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 42، وتمثل 36 اجابات المستخدمين الذين أجابوا بنعم يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له أي بنسبة 85.7 % من عدد هذه الإجابات، وهي أغلبية الساحقة للإجابات عن السؤال، فيما تمثل 6 عدد الاجابات الذين أجابوا بأنه لا يتم تنفيذ البرنامج حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له أي بنسبة 14.3 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (59) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له



الجدول رقم (91) يبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة

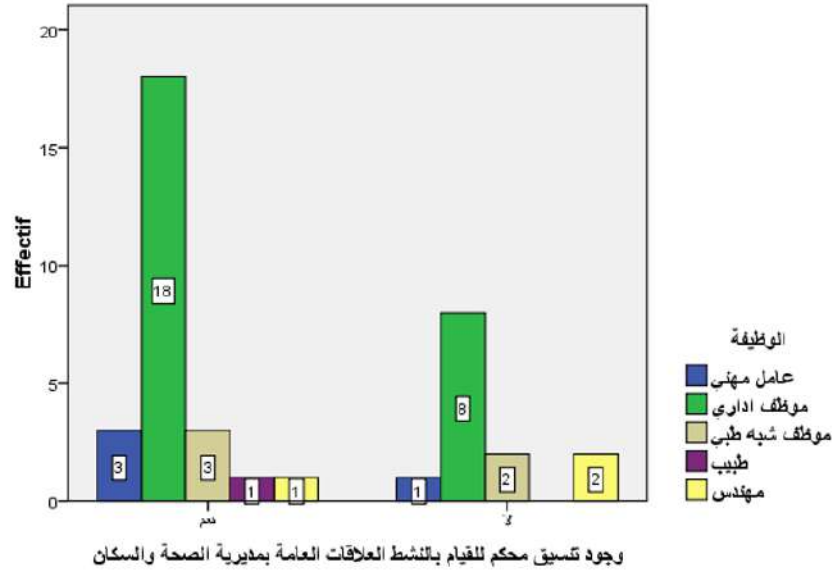
المجموع	الوظيفة					الإجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
26	3	18	3	1	1	نعم
% 66,7	% 75	% 69,2	% 60	% 100	% 33,3	
13	1	8	2	0	2	لا
% 33,3	% 25	% 30,8	% 40	% 0	% 66,7	
39	4	26	5	1	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- من خلال الجدول يتضح أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 39، وتمثل 26 اجابات المستخدمين الذين اجابوا بأنه نعم يوجد تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة أي بنسبة 66.7 % من

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

عدد هذه الإجابات، فيما تمثل 13 عدد الاجابات الذين أجابوا بأنه لا يوجد تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة أي بنسبة 33.3 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

الشكل رقم (60) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

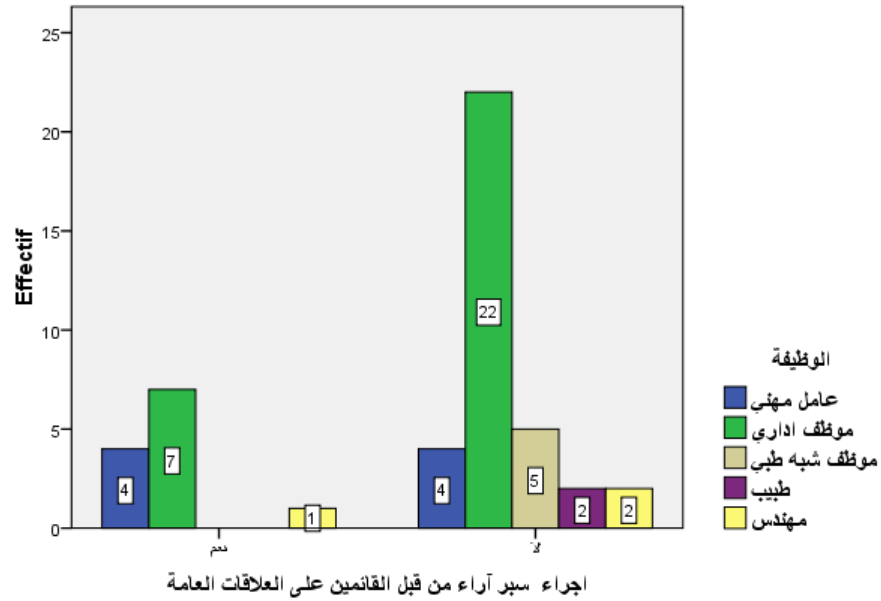
الجدول رقم (92) يبين مدى اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
12	4	7	0	0	1	نعم
% 25,5	% 50	% 24,1	% 0	% 0	% 33,3	
35	4	22	5	2	2	لا
% 74,5	% 50	% 75,9	% 100	% 100	% 66,7	
47	8	29	5	2	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- من خلال الجدول يتضح أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 47، وتمثل 35 اجابات المستخدمين الذين أجابوا بأنه لا يتم اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة أي بنسبة 74.5 % من عدد هذه الإجابات، فيما تمثل 12 عدد الاجابات الذين أجابوا بأنه يتم اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة أي بنسبة 25.5 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (61) يمثل أعمدة بيانية تبين إجابات المستخدمين عن مدى إجراء سير آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة



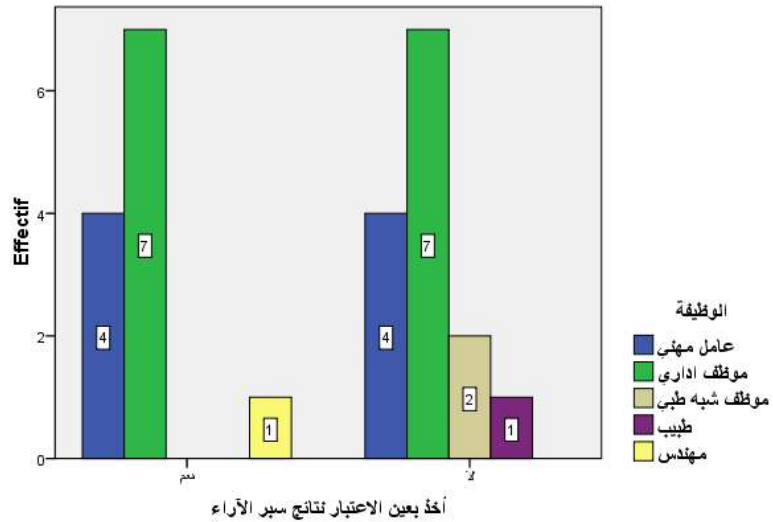
الجدول رقم (93) يبين مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سير الآراء حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الإجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
12	4	7	0	0	1	نعم
% 46,2	% 50	% 50	% 0	% 0	% 100	
14	4	7	2	1	0	لا
% 53,8	% 50	% 50	% 100	% 100	% 0	
26	8	14	2	1	1	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 26، وتمثل 14 اجابات المستخدمين الذين أجابوا بأنه لا يتم الأخذ بعين الاعتبار نتائج سبر آراء أي بنسبة 53.8 % من عدد هذه الإجابات فيما تمثل 12 عدد الاجابات الذين أجابوا بأنه نعم يتم الأخذ بعين الاعتبار نتائج سبر آراء أي بنسبة 46.2 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال. وهنا يرى المختصين في مجال العلاقات العامة أن بحوث العامة تكتسي أهمية بالغة لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو المؤسسة وحصول على معلومات حول مختلف جوانب بيئتها. وهذا ما يجعل من الضروري الأخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء الجمهور لتسهيل اتخاذ القرارات المناسبة التي تحقق أهداف المديرية وتلبي حاجات المواطنين.

الشكل رقم (62) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى الأخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب متغير الوظيفة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

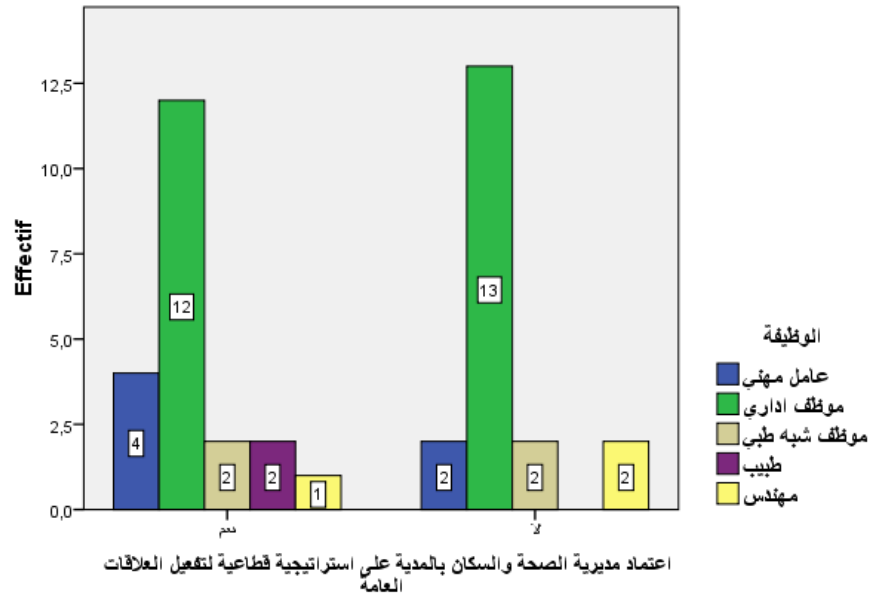
الجدول رقم (94) يبين مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة

المجموع	الوظيفة					الاجابة
	عامل مهني	موظف اداري	موظف شبه طبي	طبيب	مهندس	
21	4	12	2	2	1	نعم
% 52,5	% 66,7	% 48	% 50	% 100	% 33,3	
19	2	13	2	0	2	لا
% 47,5	% 33,3	% 52	% 50	% 0	% 66,7	
40	6	25	4	2	3	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- تبين لنا معطيات الجدول أن عدد الاجابات الكلي لمستخدمي (DSP-Médéa) المجيبين عن السؤال هو 40، وتمثل 21 اجابات المستخدمين الذين أجابوا بأنه نعم مديرية الصحة تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي بنسبة 52.5 % من عدد هذه الإجابات، فيما تمثل 19 عدد الاجابات الذين أجابوا بأن المديرية لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة أي بنسبة 47.5 بالمائة من اجمالي الاجابات عن السؤال.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (63) يمثل أعمدة بيانية تبين إجابات المستخدمين حول مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة



قراءة وتحليل نتائج المحصل عليها حسب متغير الأقدمية بالنسبة للاستمارة الموجهة لمستخدمي

DSP-Médéa

الجدول رقم (95) يبين مدى وجود مكتب لخلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب

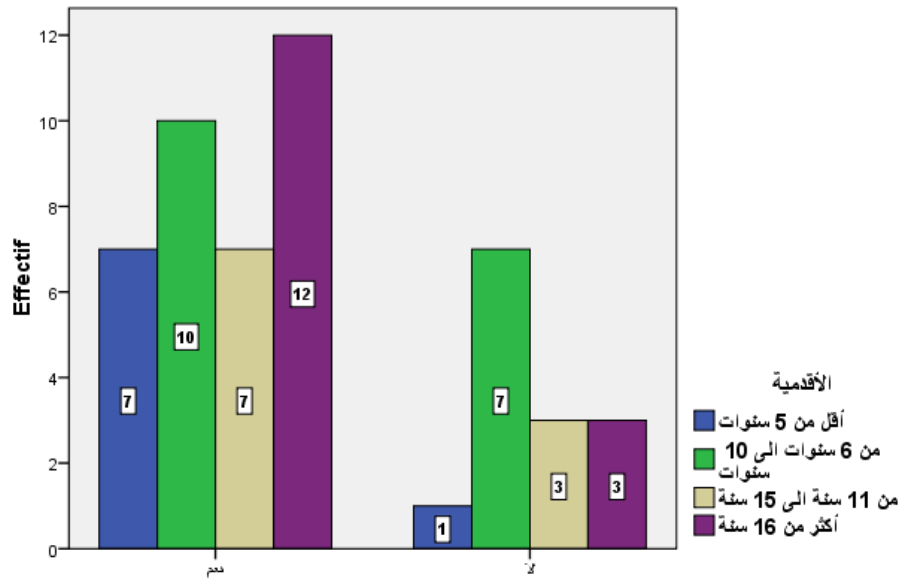
متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	اكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
36	12	7	10	7	نعم
% 72	% 80	% 70	% 58,8	% 87,5	
14	3	3	7	1	لا
% 28	% 20	% 30	% 41,2	% 12,5	
50	15	10	17	8	المجموع
% 100	% 100	%100	% 100	% 100	

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين أقل من 6 سنوات الذين أجابوا بـ نعم يوجد مكتب لخدمة الاعلام والاتصال أي بنسبة 87.5 % وهي الأغلبية مقارنة بباقي النسب، ويقابلها 80 % بالنسبة للمستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة، و70 % بالنسبة للمستخدمين الذين أقدمية عملهم ما بين 11 سنة الى 15 سنة، و58.8% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح أقدميتهم بين 6 سنوات و10 سنوات، والذين كذلك أجابوا بأنه يوجد مكتب لخدمة الاعلام والاتصال بالمديرية.
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين أقدميتهم أقل من 6 سنوات وأجابوا بأنه لا يوجد مكتب لخدمة الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان هي 12.5 %، ويقابلها 20 % بالنسبة للمستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة، و30% بالنسبة للمستخدمين الذين مدة أقدمية عملهم بالمديرية تتراوح بين 11 سنة و15 سنة، و41.2% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم بين 6 سنوات و10 سنوات الذين أجابوا كذلك بأنه لا يوجد مكتب لخدمة الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان.
- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن مدى وجود خدمة للإعلام والاتصال بالمديرية لعدم وجود فروق ذات دلالة.

الشكل رقم (83) يمثل أعمدة بيانية تبين مدى وجود مكتب لخدمة الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان بالمدينة حسب متغير الأقدمية



س1-1: مدى وجود مكتب لخدمة الاعلام والاتصال بمديرية الصحة

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (96) يبين الجهة الادارية التابعة لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
24	6	8	4	6	الى مدير الصحة مباشرة
% 61,5	% 54,5	% 66,7	% 50	% 75	
9	3	2	2	2	الى مصلحة السكان
% 23,1	% 27,3	% 16,7	% 25	% 25	
6	2	2	2	0	الى مصلحة اخرى
% 15,4	% 18,2	% 16,7	% 25	% 0	
39	11	12	8	8	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

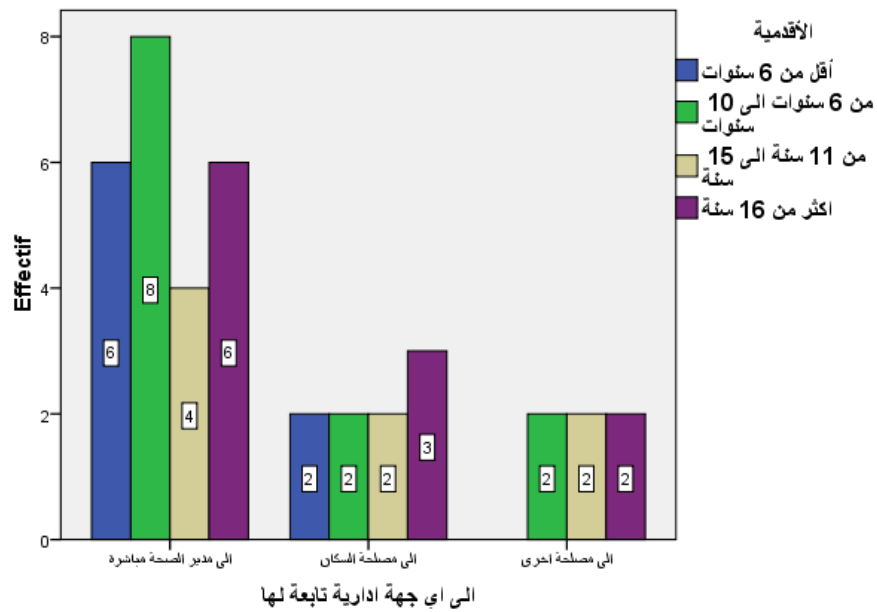
- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين مدة أقدميتهم أقل من 6 سنوات وأجابوا بأن خلية الاعلام والاتصال تابعة لمدير الصحة مباشرة تبلغ 75 %، وهي الأعلى مقارنة بباقي النسب، ويقابلها 66.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، و54.5% بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة، و50% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة، والذين أجابوا بأن الخلية تابعة مباشرة لمدير الصحة.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين مدة أقدميتهم أقل من 6 سنوات وأجابوا بأن خلية الاعلام والاتصال تابعة الى مصلحة السكان هي 25 %، ويقابلها 16.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، و27.3% بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة، و25% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم بين 11 سنة الى 15 سنة الذين أجابوا كذلك بأن خلية الاعلام والاتصال بالمديرية تابعة لمصلحة السكان.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- كما أن نسبة المستخدمين الذين مدة أقدميتهم تتراوح من 6 سنوات الى 10 سنوات الذين أجابوا بأن خلية الاعلام والاتصال تابعة لمصلحة أخرى هي 16.7 %، ويقابلها 18.2 % بالنسبة للمستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة، و25% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم بين 11 سنة و15 سنة، والذين أجابوا كذلك أن خلية الاعلام والاتصال تابعة لمصلحة أخرى.
- وهذا ما يجعلنا نلاحظ وجود فروق بسيطة مما يدفعنا نستنتج أن متغير الأقدمية له دور محدود التأثير في إجابات المستخدمين عن أي جهة تابعة لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان.

الجدول رقم (84) يمثل أعمدة بيانية تبين إجابات المستخدمين عن أي جهة تتبع لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (97) يبين مدى أهمية الاتصال والعلاقات العامة لإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية

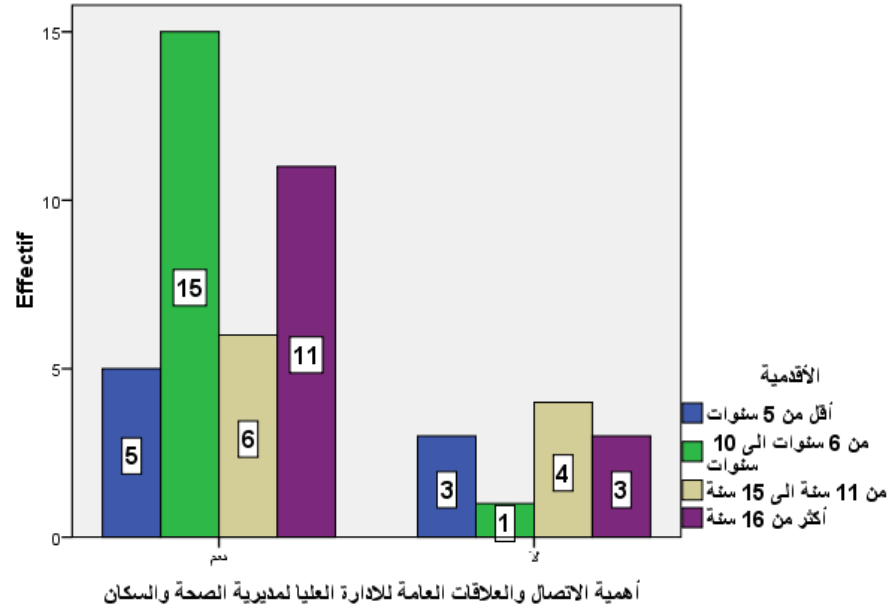
المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
37	5	15	6	11	نعم
77,1%	62,5%	93,8%	60,0%	78,6%	
11	3	1	4	3	لا
22,9%	37,5%	6,3%	40,0%	21,4%	
48	8	16	10	14	المجموع
100,0%	100,0%	100,0%	%100	100,0%	

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات والذين أجابوا بـ نعم تولي الادارة العليا لمديرية الصحة والسكان أهمية للاتصال والعلاقات العامة تقدر بـ : 93.8 % وهي أعلى نسبة مقارنة بالنسب الأخرى، ويقابلها 78.6 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة، و 62.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم في العمل بالمديرية عن 6 سنوات، و 60 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم في العمل من 11 سنة الى 15 سنة والذين أجابوا كذلك بأن الادارة العليا تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة.
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات أجابوا أن الادارة العليا للمديرية لا تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة تقدر بـ 6.3 %، ويقابلها 21.4 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة، و 37.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، و 40 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة وأجابوا بأن الادارة العليا للمديرية لا تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية له دور متوسط التأثير في اجابات المستخدمين عن مدى ايلاء مديرية الصحة والسكان أهمية للاتصال والعلاقات العامة.

الشكل رقم (85) يمثل أعمدة بيانية تبين مداهمية الاتصال والعلاقات العامة لدى الادارة العليا لمديرية الصحة والسكان بالمدينة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (98) يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
22 % 61,1	3 % 60	6 % 40	6 % 100	7 % 70	اهمية كبيرة
13 % 36,1	2 % 40	8 % 53,3	0 % 0	3 % 30	اهمية متوسطة
1 % 2,8	0 % 0	1 % 6,7	0 % 0	0 % 0	أهمية بسيطة
36 % 100	5 % 100	15 % 100	6 % 100	10 % 100	المجموع

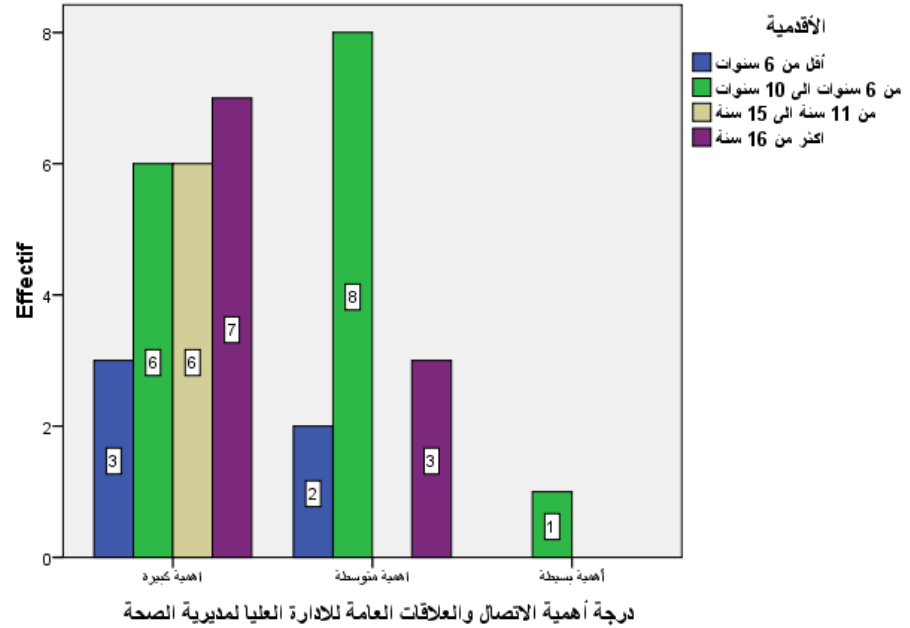
- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة الذين أجابوا بأن الادارة العليا لمديرية الصحة والسكان تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة 100 %، ويقابلها 70 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة، و60% بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم المهنية بالمؤسسة عن 6 سنوات، و40% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات الذين أجابوا بأن الادارة العليا تولي أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة أجابوا بأن الادارة العليا للمديرية تولي أهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة ويقابلها 40 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات و53.3% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6سنوات الى 10 سنوات أجابوا أن الادارة العليا للمديرية تولي أهمية متوسطة للاتصال والعلاقات العامة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- كما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات أجابوا أن الادارة العليا للمديرية تولي أهمية بسيطة للاتصال والعلاقات العامة تقدر بـ 6.7%.
- وهذا ما يجعلنا نلاحظ وجود فروق ذات دلالة وأن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان.

الجدول رقم (86) يمثل أعمدة بيانية تبين رأى المستخدمين حول درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

جدول رقم (99) يبين مدى قيام المستخدم بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	اكثر من 16 سنة	
23	4	8	5	6	نعم
50 %	50%	53,3%	62,5%	40%	
23	4	7	3	9	لا
50%	50%	46,7%	37,5%	60%	
46	8	15	8	15	المجموع
100%	100%	100%	100%	100%	

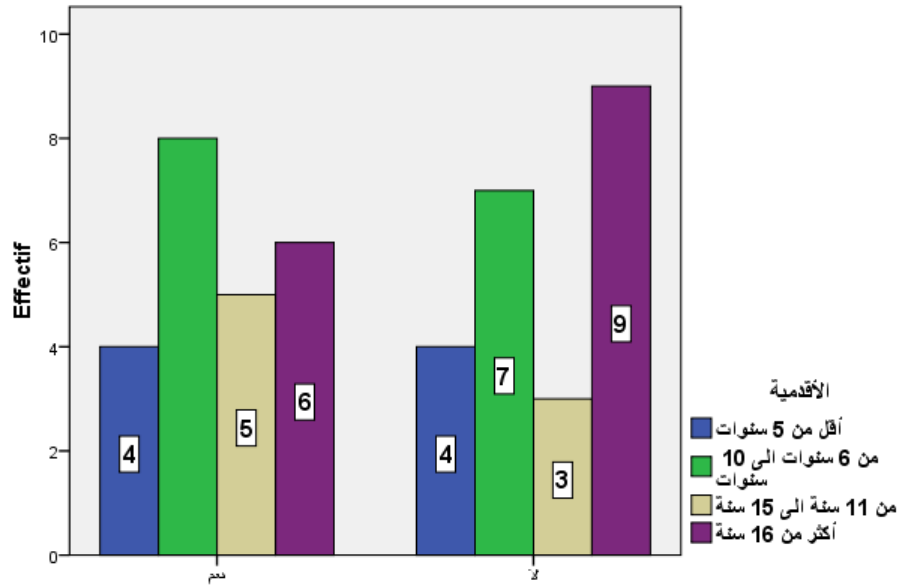
- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم بين 11 سنة و 15 سنة والذين أجابوا ب نعم قاموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان تقدر ب 62.5 %، ويقابلها 53.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية من 6 سنوات الى 10 سنوات، و 50 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، و 40 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم المهنية 16 سنة الذين أجابوا كذلك بأنهم نعم قاموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة والذين أجابوا بأنهم لم يتصلوا بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية تقدر ب 37.5 %، ويقابلها 46.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، و 50 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، و 60% بالنسبة للمستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة.

- وهذا ما يجعلنا نستخلص وجود فروق ذات دلالة وأن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين فيما اذا قاموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (87) المتمثل في أعمدة بيانية تبين ان سبق للمستخدم المبحوث الاتصال بالمكلف بالاعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية



ان سبق للمستخدم المبحوث الاتصال بالمكلف بالاعلام والاتصال بالمديرية

الجدول رقم (100) يبين مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان مع المستخدمين حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
19	2	5	6	6	جيد
% 57,6	% 40	% 55,6	% 85,7	% 50	
10	3	3	1	3	حسن
% 30,3	% 60	% 33,3	% 14,3	% 25	
4	0	1	0	3	لم يتجاوب اطلاقا
% 12,1	% 0	% 11,1	% 0	% 25	
33	5	9	7	12	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

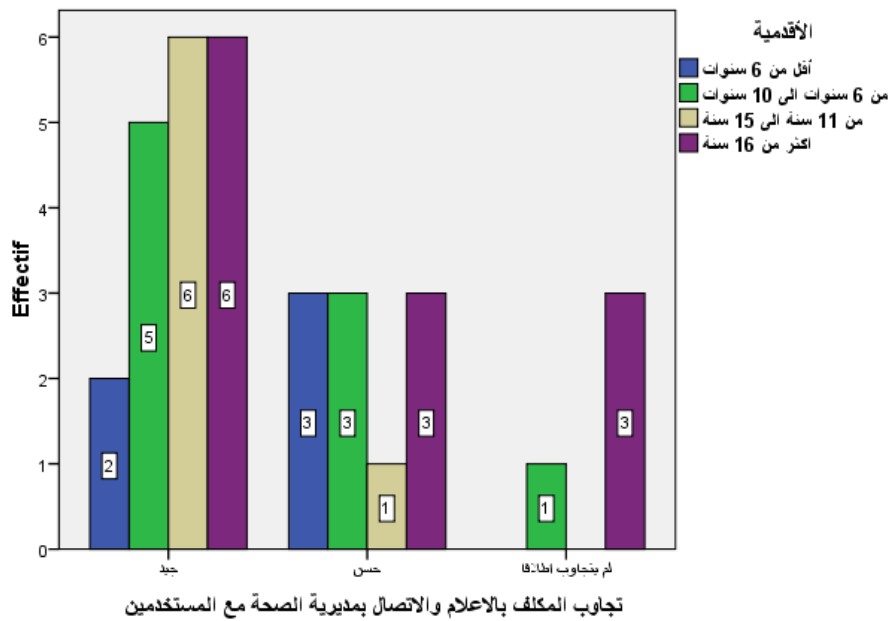
- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية من 11 الى 15 سنة والذين أجابوا أن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان معهم جيد بنسبة 85.7 %، ويقابلها 55.6 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات، و50% بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة، و40% بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، والذين أجابوا بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان معهم جيد.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة والذين أجابوا بأن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم حسن تقدر بـ 14.3 %، ويقابلها 33.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات، و25% بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة، و60 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات.

- كما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال لم يتجاوب اطلاقا معهم وتقدر بـ 11.1 %، يقابلها 25 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة.

- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

الجدول رقم (88) يمثل أعمدة بيانية تبين أجابات المستخدمين حول مدى تجاوب المكلف بالاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان بالمدية معهم حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (101) يبين تقييم المستخدمين للمهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
13 % 35,1	3 % 60	5 % 38,5	3 % 42,9	2 % 16,7	ذات كفاءة عالية
15 % 40,5	2 % 40	3 % 23,1	4 % 57,1	6 % 50	ذات كفاءة حسنة
6 % 16,2	0 % 0	3 % 23,1	0 % 0	3 % 25	ذات كفاءة متوسطة
3 % 8,1	0 % 0	2 % 15,4	0 % 0	1 % 8,3	ضعيفة
37 % 100	5 % 100	13 % 100	7 % 100	12 % 100	المجموع

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم المهنية عن 6 سنوات والذين أجابوا أن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان ذات كفاءة عالية تقدر بـ 60 %، ويقابلها 42.9 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة، و 38.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، و 16.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة الذين أجابوا بأن مهاراته الاتصالية ذات كفاءة عالية.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات الذين أجابوا بأن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة حسنة تقدر بـ 40 %، ويقابلها 57.1 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة و 23.1 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

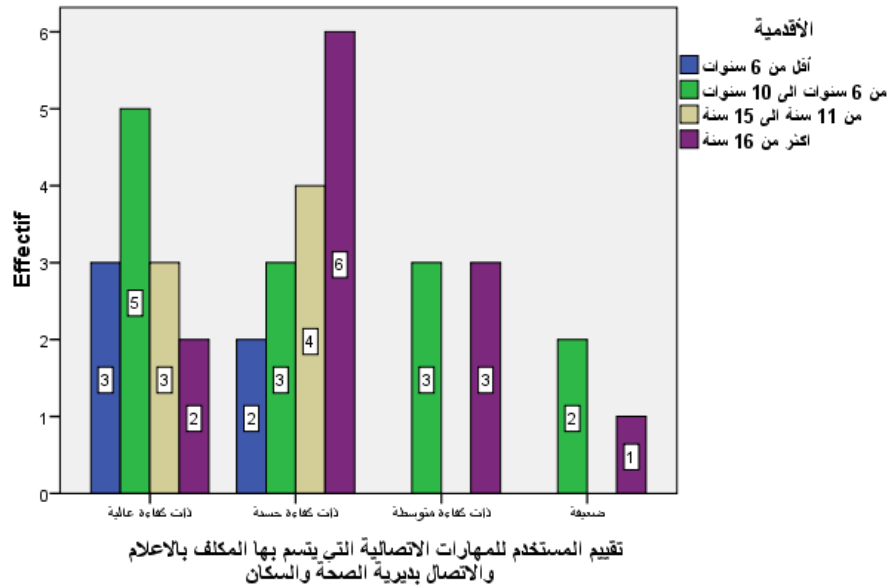
مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات، و 50 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم عن 16 سنة، والذين أجابوا بأن المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة حسنة.

- كما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات أجابوا بأن مستوى المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ذات كفاءة متوسطة بنسبة بـ 23.1 %، ويقابلها 25 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات والذين أجابوا بأن مستوى المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال ضعيفة تقدر بـ 15.4 %، ويقابلها 8.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة.

- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن تقييم المستخدمين لمستوى المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان.

الجدول رقم (89) يمثل أعمدة بيانية تبين تقييم المستخدمين للمهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (102) يبين مدى اتصال المكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	اكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
29	6	7	9	7	نعم
% 70,7	% 50	% 87,5	% 64,3	% 100	
12	6	1	5	0	لا
% 29,3	% 50	% 12,5	% 35,7	% 0	
41	12	8	14	7	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم المهنية عن 6 سنوات والذين أجابوا ب نعم يقوم المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان بالاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بالشكل الكافي تقدر ب 100 %، و يقابلها 87.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة، و 64.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدمتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، و 50 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة الذين أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال يقوم بالاتصال بالشكل الكافي بمختلف المصالح الادارية والتقنية.

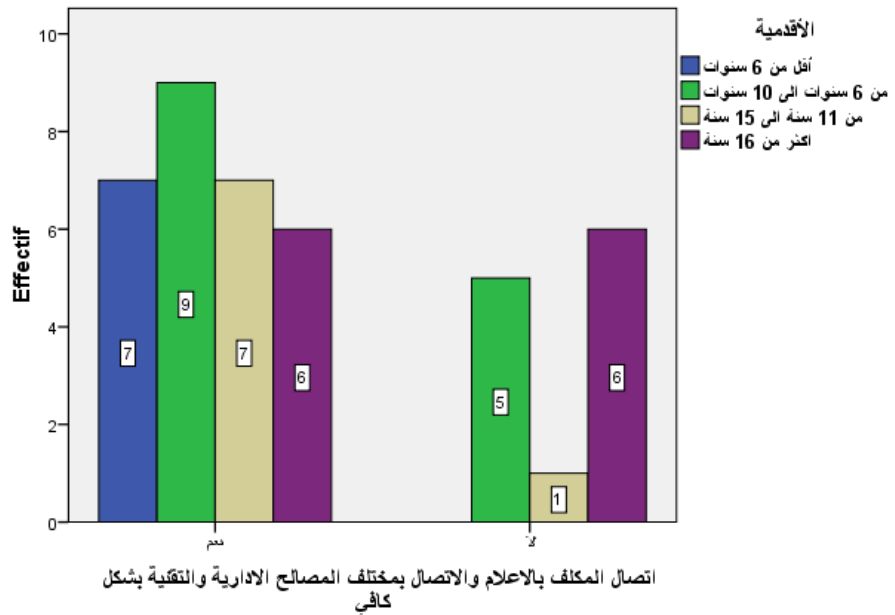
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة، والذين أجابوا أن المكلف بالإعلام والاتصال لا يقوم بالاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بالشكل الكافي تقدر ب 12.5 % ، ويقابلها 35.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميته من 6 الى 10 سنة، و 50% بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم المهنية 16 سنة الذين أجابوا بأن المكلف بالإعلام والاتصال لا يقوم بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية بشكل الكافي.

- من خلال النتائج نلاحظ وجود بعض الفروق البسيطة والتي قد لا ترجع بالضرورة الى أقدمية المستخدم فقط بل يمكن أن يرجع كذلك الى مدى استخدام المبحوثين لوسائل الاتصال المختلفة للحصول

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

على المعلومات و الأخبار ومن بينها وسائل الاتصال الحديثة، إذ أن حديثي التوظيف من الشباب الذين يميلون أكثر لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة مقارنة بالمستخدمين الأكثر أقدمية ومع هذا يجب أخذ بعين الاعتبار رأي فئة المستخدمين الأكثر أقدمية (أكثر من 16 سنة) إذ نصفهم يرون أن المكلف بالعلام والاتصال لا يتصل بالمصالح المختلفة بالشكل الكافي مما يتطلب تعزيز قنوات التواصل وسبله لتكريس التواصل المستمر والمنظم لتحقيق أهداف العلاقات العامة والمؤسسة.

الجدول رقم (90) يمثل أعمدة بيانية تبين رأى المستخدمين عن مدى قيام المكلف بالاعلام والاتصال بمديرية الصحة بالاتصال بمختلف المصالح بالشكل الكافي حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (103) يبين وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	اكثر من 16 سنة	
39 % 86,7	7 % 100	12 % 75	9 % 100	11 % 84,6	نعم
6 % 13,3	0 % 0	4 % 25	0 % 0	2 % 15,4	لا
45 %100	7 %100	16 %100	9 %100	13 %100	المجموع

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية من 11 سنة الى 15 سنة والذين أجابوا ب نعم يوجد تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة تقدر ب 100 %، وكذلك يقابلها 100 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، و84.6% بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدمتهم 16 سنة، و75% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم 6 سنوات الى 10 سنوات الذين أجابوا بنعم يوجد تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم المهنية 16 سنة الذين أجابوا أنه لا يوجد تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة تقدر ب 15.4 %، ويقابلها 25 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية من 6 الى 10 سنة، وأجابوا أنه لا يوجد تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بالمديرية

- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن مدى وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (104) يبين مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدينة حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
28	9	9	7	3	جيد
% 60,9	%69,2	% 100	% 41,2	% 42,9	
18	4	0	10	4	متوسط
% 39,1	% 30,8	% 0	% 58,8	% 57,1	
46	13	9	17	7	المجموع
% 100	% 100	%100	% 100	% 100	

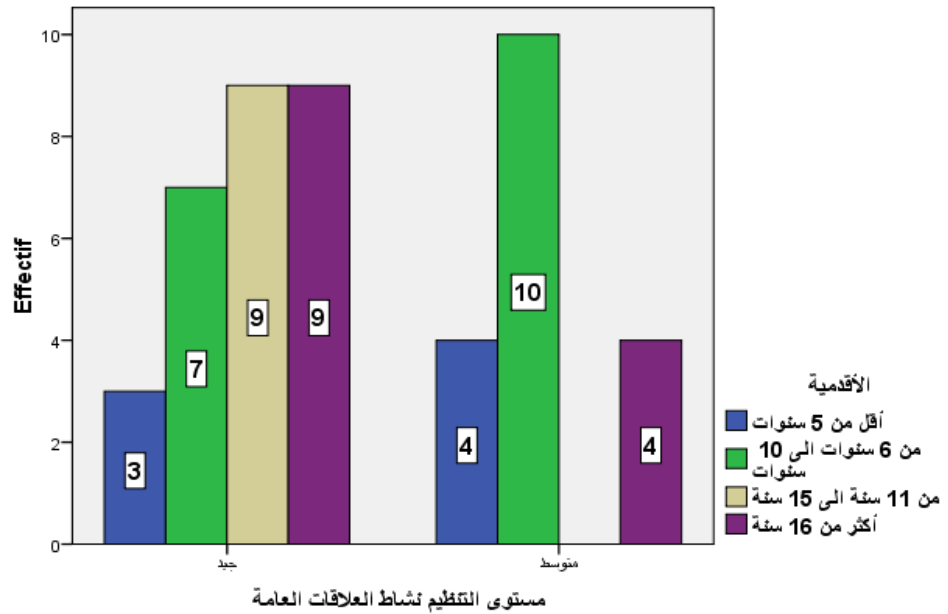
- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية ما بين 11 سنة الى 15 سنة الذين أجابوا أن المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة جيد تقدر ب 100 %، ويقابلها 69.2 % بالنسبة للمستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة، و 42.9% بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، و 41.2% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات والذين أجابوا بأن المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة جيد.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم المهنية 16 سنة والذين أجابوا بأن المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة متوسط تقدر ب 30.8 %، ويقابلها 57.1 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات و 58.8% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات وأجابوا بأن المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة متوسط.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن رأيهم في المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية بالنظر الى وجود الفروق الإحصائية ذات الدلالة.

الشكل رقم (92) يبين رأي المستخدم تحول مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدينة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (105) يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
36	7	9	14	6	نعم
% 85,7	% 63,6	% 100	% 87,5	% 100	
6	4	0	2	0	لا
% 14,3	% 36,4	% 0	% 12,5	% 0	
42	11	9	16	6	المجموع
% 100	% 100	%100	% 100	% 100	

- نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية ما بين 11 سنة الى 15 سنة والذين أجابوا بنعم يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له تقدر ب 100 %، و كذلك بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات تقدر ب 100 %، وهما أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب ويقابلها 87.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات، و 63.6 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدمتهم 16 سنة، والذين أجابوا بأنه يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له.

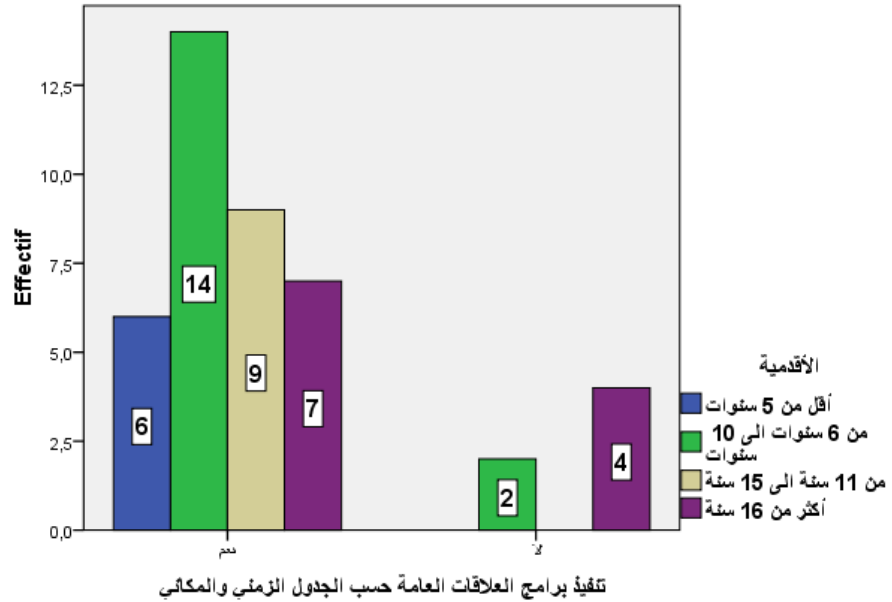
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية من 6 الى 10 سنوات الذين أجابوا بأنه لا يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له تقدر ب 12.5 % ويقابلها 36.4 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة الذين أجابوا بأنه لا يتم تنفيذ البرامج حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له.

- ومن خلال النتائج نلاحظ عدم وجود فروق معتبرة باستثناء نسبة 36.4 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة ومع هذا من الضروري أخذ بعين الاعتبار هذه الآراء من طرف

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

القائمين على العلاقات العامة للسهر أكثر على تنسيق بين مصالح المعنية بتنفيذ برامج العلاقات العامة حسب ما هو مخطط له.

الشكل رقم (93) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

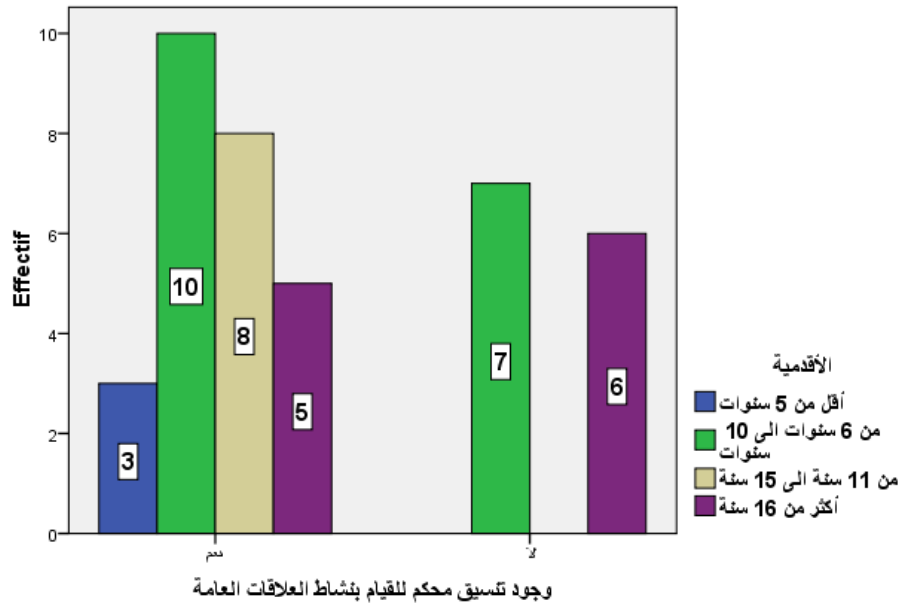
الجدول رقم (106) يبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
26	3	10	8	5	نعم
66,7%	100%	58,8%	100%	45,5%	
13	0	7	0	6	لا
33,3%	0%	41,2%	0%	54,5%	
39	3	17	8	11	المجموع
100%	100%	100%	100%	100%	

- نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية ما بين 11 سنة الى 15 سنة والذين أجابوا بنعم يوجد تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة تقدر بـ 100 %، وكذلك بلغت 100 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات ويقابلها 58.8 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات، و45.5% بالنسبة للمستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة، والذين أجابوا بأنه يوجد تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة.
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم المهنية من 6 الى 10 سنوات والذين أجابوا بأنه لا يوجد تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة تقدر بـ 41.2 %، ويقابلها 54.5% بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة الذين أجابوا بأنه لا يوجد تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة.
- وعلى الرغم من وجود اختلاف في النتائج بين مختلف فئات الأقدمية الا أن الاتجاه العام للمستخدمين يرى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات مع توصيتنا بضرورة أخذ بعين الاعتبار الآراء التي ترى غير ذلك نظرا لعدم تساوي عدد أفراد فئات الأقدمية.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (94) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى وجود تسييق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية



الجدول رقم (107) يبين مدى إجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
12	1	3	3	5	نعم
% 25,5	% 7,7	% 30	% 17,6	% 71,4	
35	12	7	14	2	لا
% 74,5	% 92,3	% 70	% 82,4	% 28,6	
47	13	10	17	7	المجموع
% 100	% 100	%100	% 100	% 100	

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم المهنية 16 سنة الذين أجابوا أنه لا يتم إجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة تقدر بـ 92.3%،

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب، و يقابلها 82.4 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، ويقابلها 70 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة، و 28.6 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدمتهم عن 6 سنوات الذين أجابوا أنه لا يتم اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم من 16 سنة وأجابوا أنه يتم اجراء سبر آراء تقدر بـ 7.7 %، ويقابلها 17.6 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم 6 سنوات و 10 سنة، و 30 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة، و 71.4 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات وأجابوا بنعم يتم اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

- من خلال ما سبق ذكره يمكن القول إن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن مدى اجراء القائمين على العلاقات العامة لسبر آراء إذا ما استثنينا النسبة المئوية لفئة الأقدمية من 11 الى 15 سنة أقل بقليل من فئة من 6 الى 10 سنوات.

الجدول رقم (108) يبين مدى أخذ القائمين على شؤون مديرية الصحة بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	اكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
12	1	3	3	5	نعم
46,2 %	12,5 %	75 %	37,5 %	83,3 %	
14	7	1	5	1	لا
53,8 %	87,5 %	25 %	62,5 %	16,7 %	
26	8	4	8	6	المجموع
100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

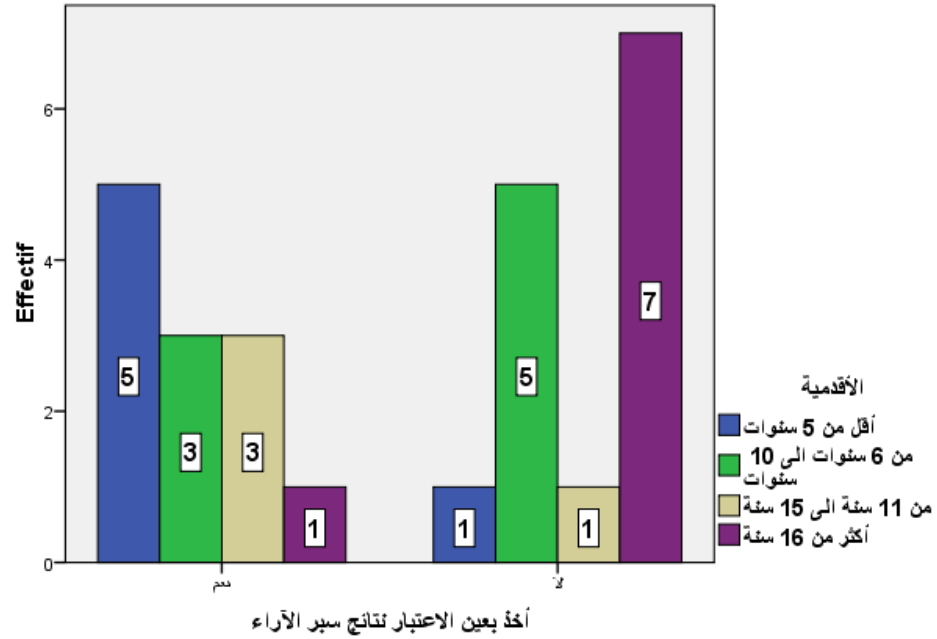
- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم المهنية 16 سنة الذين أجابوا بأنه لا يأخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء من قبل القائمين على شؤون المديرية تقدر بـ 87.5 %، وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب الأخرى، ويقابلها 62.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، ويقابلها 25 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة، و 16.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، و أجابوا كذلك أنه لا يتم الأخذ بعين الاعتبار نتائج اجراء سبر آراء من قبل القائمين على شؤون المديرية.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم من 16 سنة وأجابوا أنه نعم يتم الأخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء تقدر بـ 12.5 %، ويقابلها 37.5% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنة و 75% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 الى 15 سنة، و 83.3% بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات أجابوا بـ نعم يتم أخذ بعين الاعتبار سبر الآراء من قبل القائمين على شؤون مديرية الصحة والسكان.

- من خلال ما سبق نستنتج أن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء وأنه من الضروري أن يعمل جهاز العلاقات العامة على الحرص على ابلاغ نتائج سبر الآراء الى الادارة العليا والتأكد من أخذها بعين الاعتبار. كما أن تواجد خلية للإعلام والاتصال تابع من حيث الهيكل التنظيمي لمصلحة السكان يجعلها في مستوى تنفيذي وقد تقدم مبادرات في شكل اقتراحات قد يأخذ بها وقد لا يأخذ بها، فيما أنه بإدراج الخلية ضمن مستوى اتخاذ القرار اما بتغيير موقعها في الهيكل التنظيمي أو بتعيين مسؤول العلاقات العامة من ضمن الادارة العليا للمديرية.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (96) يمثل أعمدة بيئية تبين مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء



الجدول رقم (109) يبين مدى اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الإجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الي 10 سنوات	من 11 سنة الي 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
21	5	7	4	5	نعم
% 52,5	% 45,5	% 43,8	% 50	% 100	
19	0	9	4	6	لا
% 47,5	% 0	% 56,3	% 50	% 54,5	
40	5	16	8	11	المجموع
% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

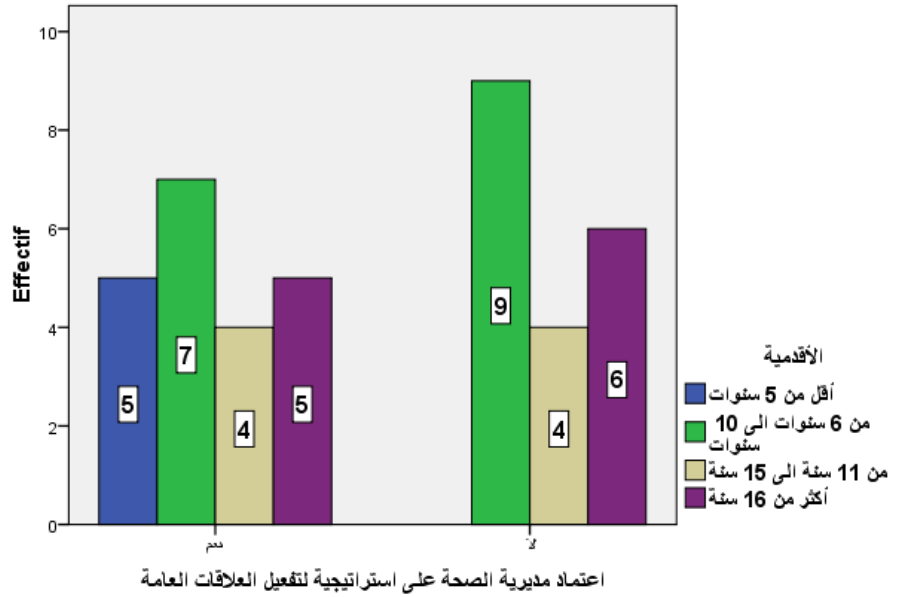
- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين تقل أدميتهم المهنية عن 6 سنوات الذين أجابوا أن مديرية الصحة السكان بولاية المدية تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة تقدر بـ 100 % وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب، و يقابلها 50 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة، ويقابلها 45.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أدميتهم 16 سنة، و 43.8 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات، و يرون كذلك بأن المديرية تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب اجاباتهم.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة وأجابوا بأن مديرية الصحة لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة تقدر بـ 50 %، ويقابلها 54.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أدميتهم 16 سنة، و 56.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أدميتهم من 6 الى 10 سنوات، وأجابوا بعدم تبني مديرية الصحة لاستراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة.

- من خلال الجدول يبدو تقارب بين نتائج بين فئات الأقدمية (من 6 الى 10 سنوات) و(من 11 سنة الى 15 سنة) و(أكثر من 16 سنة) فيما يستثنى فئة (أقل من 6 سنوات) وهذا ما يجعلنا نؤكد على أهمية أن يتابع المختصون والقائمين على العلاقات العامة مدى تعرف المستخدمين (رؤساء ومرؤوسين) على استراتيجية مديرية لتفعيل العلاقات العامة وذلك من خلال تضمينها في الرسائل الاتصالية للمؤسسة الموجهة اليهم في مختلف التظاهرات العلمية و نشاطات العلاقات العامة وفي خطاب المسؤول الأول عن المديرية أو القائمين بالعلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (97) يتمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان بالمدينة على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الأقدمية



الجدول رقم (110) يبين مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي حسب متغير الأقدمية

	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الي 10 سنوات	من 11 سنة الي 15 سنة	اكثر من 16 سنة	
المجموع	5	10	8	11	34
	% 83,3	% 62,5	% 80	% 84,6	% 75,6
نعم	1	6	2	2	11
	% 16,7	% 37,5	% 20	% 15,4	% 24,4
لا	6	16	10	13	45
	% 100	% 100	100%	% 100	% 100

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

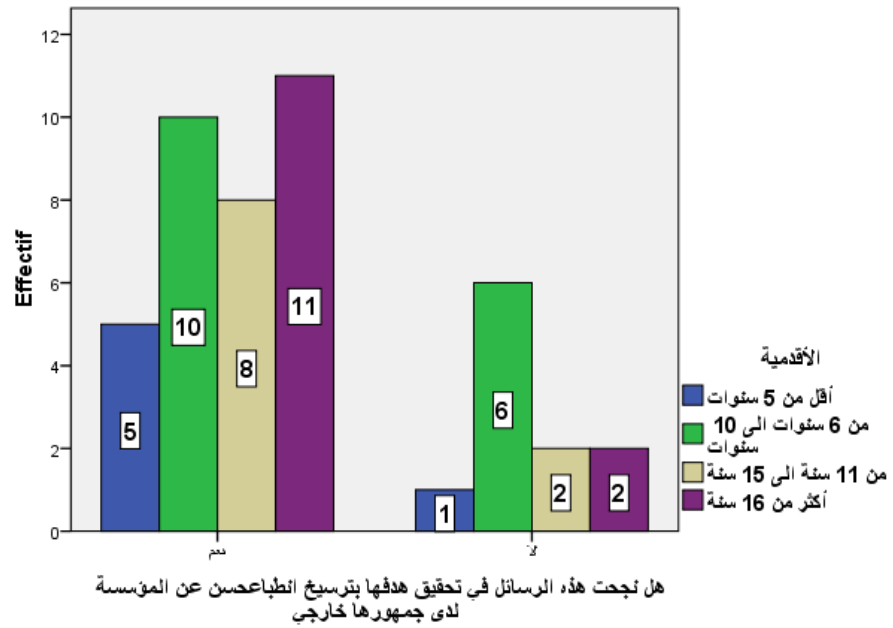
- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين تفوق أقدميتهم 16 سنة و أجابوا ب نعم نجحت الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي تقدر ب 84.6 % وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب الأخرى، و يقابلها 83.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين مدة أقدميتهم أقل من 6 سنوات، ويقابلها 80 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة، و 62.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات الذين أجابوا بأنه الرسائل الاتصالية نجحت في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تزيد مدة أقدميتهم عن 16 سنة وأجابوا أنه لم تنجح الرسائل الاتصالية في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي تقدر ب 15.4 %، ويقابلها 16.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، و 20% بالنسبة للمستخدمين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة، و 37.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات الذين أجابوا كذلك أنه لم تنجح الرسائل الاتصالية في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي.

- نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة وأن متغير الأقدمية ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن فيما اذا نجحت الرسائل الاتصالية في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي ومع هذا على جهاز العلاقات العامة بالمديرية أخذ بعين الاعتبار وجود فئة من المستخدمين يرون أن هذه الرسائل لم تنجح في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة مما يتطلب بذل جهود أكبر لإيصال رسائل اتصالية هادفة لتحسين صورة المديرية لدى جمهورها الخارجي.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم(98) يمثل في أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي حسب متغير الأقدمية



الجدول رقم (111) يبين طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدم عن المؤسسة حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
36	5	13	6	12	ايجابية
85,7 %	83,3 %	86,7 %	85,7 %	85,7 %	
6	1	2	1	2	سلبية
14,3 %	16,7 %	13,3 %	14,3 %	14,3 %	
42	6	15	7	14	المجموع
100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين أقدمتهم تتراوح من 6 سنوات الى 10 سنوات الذين أجابوا بأن طبيعة الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة ايجابية تقدر بـ 86.7 % وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب ويقابلها 85.7 % و 85.7 % بالنسبة للمستخدمين الذين مدة أقدمتهم

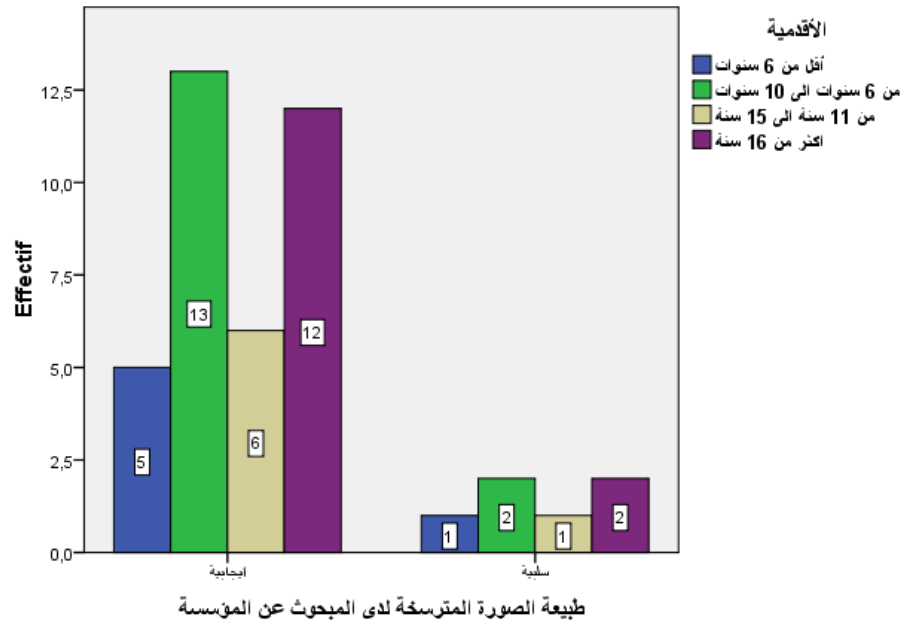
الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

من 11 سنة الى 15 سنة، و 16 سنة فما فوق على التوالي، ويقابلها أيضا 83.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات الذين أجابوا بأن الصورة الذهنية المترسخة لديهم عن المؤسسة ايجابية.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات وأجابوا بأن الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة سلبية تقدر ب 13.3 % ويقابلها 14.3% بالنسبة لفتي للمستخدمين الذين أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة، و من 16 سنة فما فوق على التوالي، و 16.7% بالنسبة للمستخدمين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات الذين أجابوا كذلك بأن الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة سلبية.

- وهذا ما يجعلنا نستنتج وجود تقارب كبير جدا لمختلف فئات الأقدمية وأن الاتجاه العام للمستخدمين يرى أن الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة ايجابية وأن متغير الأقدمية ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين عن طبيعة الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة. وهو مؤشر قوي على مدى تفعيل العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية مما يسهل ممارسة العلاقات العامة الممتازة في المستقبل.

الشكل رقم (99) يمثل أعمدة بيانية تبين طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين عن المؤسسة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (112) يبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية كورونا حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
43	14	9	16	4	نعم
95,6%	93,3%	90%	100%	100%	
2	1	1	0	0	لا
4,4%	6,7%	10%	0%	0%	
45	15	10	16	4	المجموع
100%	100%	% 100	100%	100%	

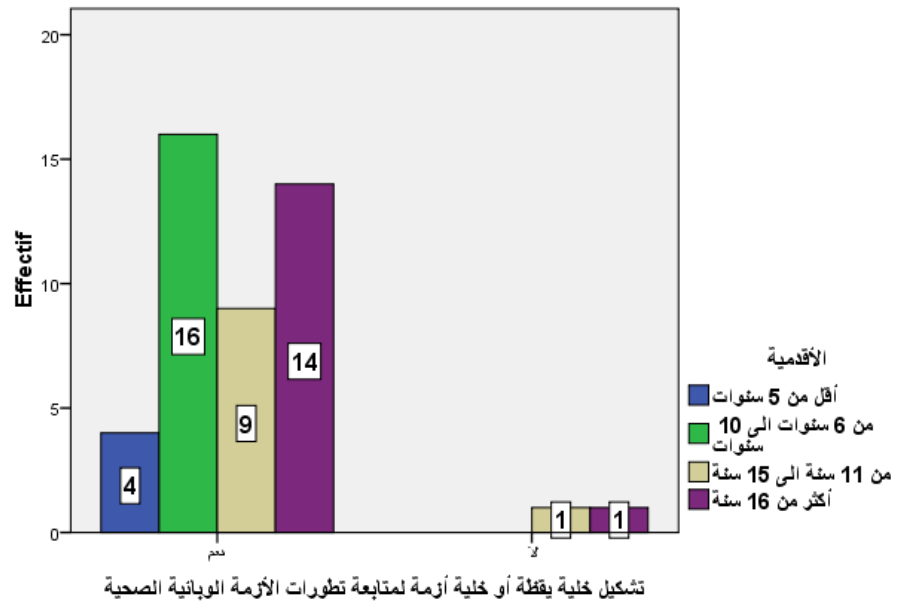
- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة فنتي المستخدمين سواء الذين مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10سنوات أو الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات الذين أجابوا بأنه "نعم" تم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية تقدر بـ 100 % ، 100 % على التوالي وهما أعلى نسبتين مقارنة بالنسب الأخرى، و يقابلها 93.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم من 16 سنة، و 90 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة الذين أجابوا كذلك بأنه تم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية كورونا.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة الذين أجابوا بـ "لا" لم يتم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية كورونا تقدر بـ 6.7 %، ويقابلها 10% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة والذين أجابوا كذلك بأنه لم يتم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول مدى تشكيل خلية اليقظة أو خلية الأزمة لمتابعة تطورات الأزمة لكون نتائج مختلف فئات الأقدمية متقاربة جدا والاتجاه العام للمستخدمين يرى أنه تم تشكيل خلية يقظة أو أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية كورونا.

الشكل رقم (100) يمثل أعمدة بيانية تبين اجبات المستخدمين عن مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية الصحية كورونا



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (113) يبين مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة لمواجهة أزمة وباء كورونا حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أكثر من 16 سنة	من 11 سنة الى 15 سنة	من 6 سنوات الى 10 سنوات	أقل من 6 سنوات	
19	4	5	6	4	فعالة جدا
% 38	% 26,7	% 50	% 35,3	% 50	
30	11	5	11	3	فعالة
% 60	% 73,3	% 50	% 64,7	% 37,5	
1	0	0	0	1	غير فعالة
% 2	% 0	% 0	% 0	% 12,5	
50	15	10	17	8	المجموع
% 100	% 100	%100	% 100	% 100	

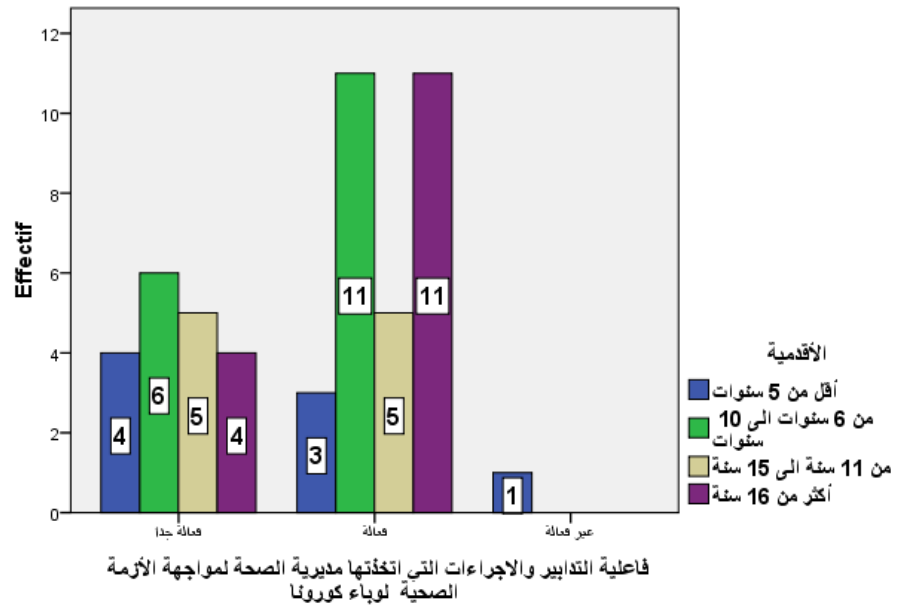
- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين مدة أقدميتهم تفوق 16 سنة والذين أجابوا بأن التدابير والاجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة والسكان بولاية المدية فعالة تقدر بـ 73.3% وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب، وهي تمثل الاتجاه العام للمستخدمين ويقابلها 64.7% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة، و37.5% بالنسبة للمستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات، والذين أجابوا كذلك بأن التدابير والاجراءات التي اتخذتها المديرية فعالة لمواجهة الأزمة.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تفوق مدة أقدميتهم 16 سنة وأجابوا بأن التدابير والاجراءات التي اتخذتها المديرية لمواجهة أزمة وباء كورونا فعالة جدا تقدر بـ 26.7% ويقابلها 50% بالنسبة للمستخدمين الذين تقل أقدميتهم عن 6 سنوات، و35.3% بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 الى 10 سنوات والذين أجابوا كذلك بأن التدابير والاجراءات المتخذة فعالة جدا.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- كما أن نسبة المستخدمين الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات الذين أجابوا بعدم فعالية التدابير والاجراءات التي اتخذتها المديرية لمواجهة أزمة وباء كورونا تقدر بـ 12.5%.
- وهذا ما يجعلنا نستنتج أن متغير الأقدمية له دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول مدى فعالية التدابير واجراءات التي اتخذتها المديرية لمواجهة أزمة وباء كورونا كما أن الاتجاه العامة للمستخدمين يرى فعالية هذه التدابير والاجراءات المتخذة من طرفها.

الشكل رقم (101) يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى فاعلية التدابير والاجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة والسكان بولاية المدية حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول رقم (114) يبين مدى تبني مديرية الصحة والسكان إستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات حسب متغير الأقدمية

المجموع	الأقدمية				الاجابة
	أقل من 6 سنوات	من 6 سنوات الى 10 سنوات	من 11 سنة الى 15 سنة	أكثر من 16 سنة	
38	4	14	8	12	نعم
92,7%	100%	87,5%	88,9%	100%	
3	0	2	1	0	لا
7,3%	0%	12,5%	11,1%	0%	
41	4	16	9	12	المجموع
100	100%	100%	%100	100%	

- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة فئتي المستخدمين سواء الذين مدة أقدميتهم تفوق 16 سنة و الذين تقل مدة أقدميتهم عن 6 سنوات الذين أجابوا بأنه نعم تتبنى مديرية الصحة والسكان استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات تقدر بـ 100 %، 100 % على التوالي وهما أعلى نسبتين مقارنة بباقي النسب، و هما تمثلان الاتجاه العام للمستخدمين ويقابلها 88.9 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة، و 87.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات و الذين أجابوا كذلك بأن المديرية تتبنى استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات.

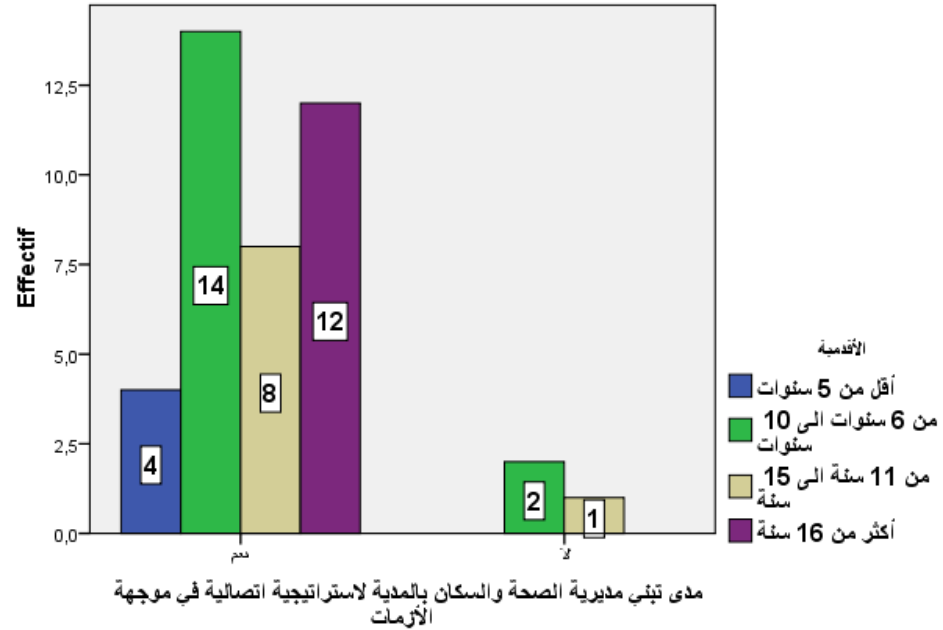
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 11 سنة الى 15 سنة وأجابوا بأن المديرية لا تتبنى استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات تقدر بـ 11.1 % ويقابلها 12.5 % بالنسبة للمستخدمين الذين تتراوح مدة أقدميتهم من 6 سنوات الى 10 سنوات الذين أجابوا كذلك بأن المديرية لا تتبنى استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات.

- ولكون النتائج مقارنة جدا بالنسبة لمختلف فئات الأقدمية نستنتج أن متغير الأقدمية ليس له دور مؤثر في اجابات المستخدمين حول مدى تبني مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لاستراتيجية اتصالية

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

لمواجهة الأزمات والاتجاه العام للمستخدمين يرى تبني مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لاستراتيجية لمواجهة الأزمات وهو ما يخدم تطبيق العلاقات العامة الممتازة في المديرية.

الشكل رقم (102) يمثل أعمدة بيانية تبين اجبات المستخدمين عن مدى تبني مديرية الصحة لاستراتيجية في مواجهة الأزمات حسب متغير الأقدمية



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

المبحث الرابع: اختبار مدى صحة فرضيات الدراسة

أولاً: اختبار مدى صحة فرضية الأولى:

الجدول المركب رقم (115) يبين العلاقة بين اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة و نجاح الرسالة الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها

المجموع	نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها		الاجابة	
	لا	نعم	نعم	لا
21 % 100	0 % 0	21 % 100	نعم	اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية
17 % 100	8 % 47.1	9 % 52.9	لا	لتفعيل العلاقات العامة
38 % 100	8 % 21.1	30 % 78.9	المجموع	

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بأن مديرية الصحة تعتمد على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة وأجابوا بـ نعم نجحت الرسائل الاتصالية في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها تقدر بـ 100 % وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب الأخرى.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بأن المديرية لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة وأجابوا أن الرسائل الاتصالية نعم نجحت في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها تقدر بـ 52.9% ويقابلها 47.1 % بالنسبة للمستخدمين الذين أجابوا بعدم اعتماد المديرية على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة وأجابوا بعدم نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى الجمهور.

- تم استخدام معامل الارتباط فاي (Phi Coefficient) لقياس طبيعة وقوة العلاقة بين متغير اعتماد مديرية الصحة والسكان بولاية المدية على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة ومتغير نجاح الرسائل

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

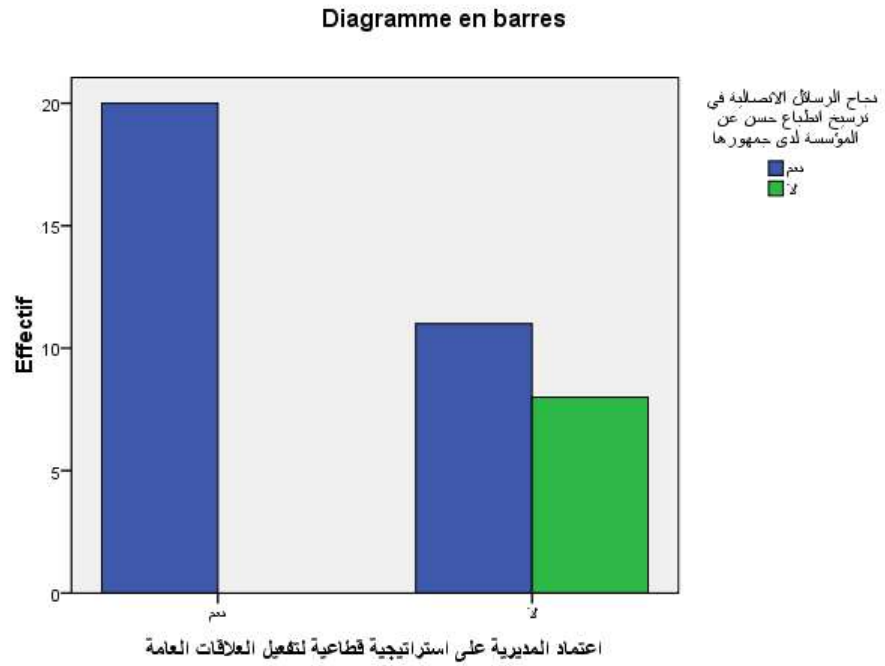
الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها لأن المتغيرين اسميان ثنائيان (نعم/لا)
باعتداد على برنامج SPSS Statistics

- أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين اعتماد مديرية الصحة والسكان لولاية المدية على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة و نجاح رسائلها الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة (Sig=0.000) وهي أقل من (0.01) كما بلغ معامل فاي (Phi= 0.574) مما يدل على وجود علاقة طردية قوية نسبيا بين المتغيرين فكلما اعتمدت المديرية على استراتيجية قطاعية واضحة لتفعيل العلاقات العامة زاد نجاح رسائلها الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها.

وهو ما ينفي الفرضية الصفرية H 0 ويثبت صحة الفرضية H 1 بوجود علاقة دالة بين اعماد مديرية الصحة على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة (ما يعني توفر أهم ركائز العلاقات العامة الممتازة وهو التخطيط الاستراتيجي) ونجاح رسائلها الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها(مما يعني تفعيل ممارستها بما يعزز أداء دورها و تحسين صورتها) مما يثبت الفرضية الأولى والتي تقترض أنه كلما توافرت متطلبات العلاقات العامة الممتازة بمديرية الصحة والسكان بالمدية، زاد تفعيل ممارستها بما يعزز أداء دورها ويحسن صورتها لدى جمهورها.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الشكل رقم (103) يمثل أعمدة بيانية تبين طبيعة العلاقة بين اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة ومدى نجاح الرسالة الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول المركب رقم (116) يبين العلاقة بين طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدم عن المؤسسة ونجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عنها لدى جمهورها

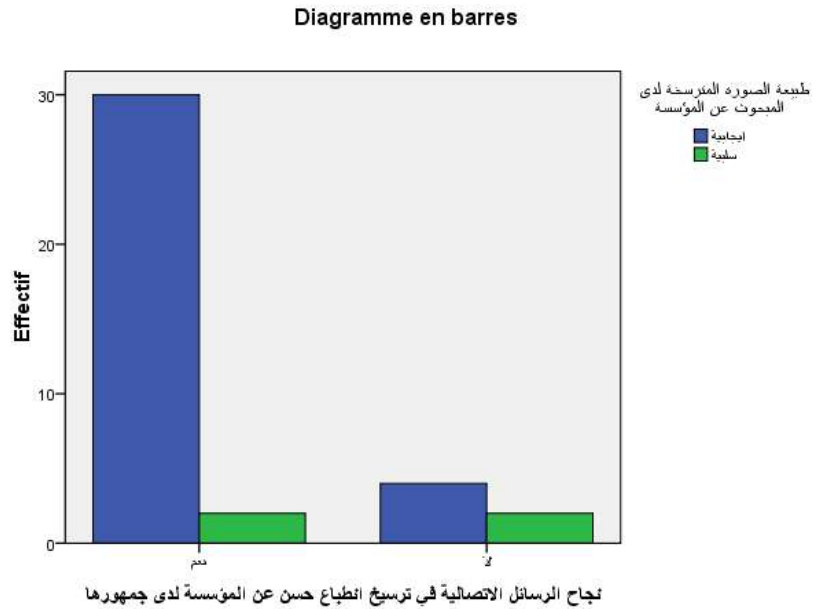
المجموع	طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين المبحوثين عن المؤسسة		الاجابة	
	سلبية	ايجابية	نعم	لا
32 % 100	2 % 6,3	30 % 93,8	نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عنها لدى جمهورها	
6 % 100	2 % 33,3	4 % 66,7		لا
38 % 100	4 % 10,5	34 % 89,5	المجموع	

- تبين لنا معطيات الجدول أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بأن الرسائل الاتصالية نجحت في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها ويرون أن الصورة المترسخ لديهم عنها ايجابية تقدر بـ 93.8 % وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب وتمثل الاتجاه العام لمستخدمي المديرية ويقابلها 6.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين يرون أن الصورة الذهنية المترسخة لديهم عن المؤسسة سلبية.
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بأن الرسائل الاتصالية لم تنجح في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها ويرون أن الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة ايجابية تقدر بـ 66.7 % ويقابلها 33.3 % بالنسبة للمستخدمين الذين أجابوا بأن الرسائل الاتصالية لم تنجح في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها ويرون أن الصورة المترسخة لديهم سلبية.
- معامل الارتباط المناسب هو معامل فاي (Phi Coefficient) لأنه يستخدم لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين اسميين ثنائيين وتم الاعتماد أيضا على اختبار كاي مربع (Chi-Square Test) للتحقق من دلالة العلاقة احصائيا، ثم تفسير قوة العلاقة من خلال معامل فاي.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- نلاحظ أن قيمة (Sig=0.047) أي أنها أقل من (0.05) فهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين و بأخذ بعين الاعتبار قيمة Phi تشير النتائج الى وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين المتغيرين بين نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها وطبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين (Phi=0.32)، إذ ترتفع نسبة الصورة الايجابية لدى المستخدمين الذين يرون أن الرسائل الاتصالية نجحت في ترسيخ انطباع حسن عن مديرية الصحة والسكان بولاية المدية.

الشكل رقم (104) يمثل أعمدة بيانية تبين طبيعة العلاقة بين نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها وطبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين عن المؤسسة



الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الجدول المركب رقم (117) يبين العلاقة بين طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين عن المؤسسة ومدى اعتماد المديرية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة

المجموع	طبيعة الصورة المترسخة لدى المبحوث عن المؤسسة		الاجابة	
	سلبية	ايجابية	نعم	لا
21	1	20	نعم	مدى اعتماد المديرية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة
% 100	% 4,8	% 95,2		
15	3	12	لا	
% 100	% 20	% 80		
36	4	32	المجموع	
% 100	% 11,1	% 88,9		

والملاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بأن مديرية الصحة والسكان تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة يرون أن الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة ايجابية تقدر بـ 95.2% وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب، إذ تمثل الاتجاه العام لمستخدمي المديرية ويقابلها 4.8% بالنسبة للمستخدمين الذين يرون أن الصورة الذهنية المترسخة لديهم عن المؤسسة سلبية وهي نسبة ضئيلة.

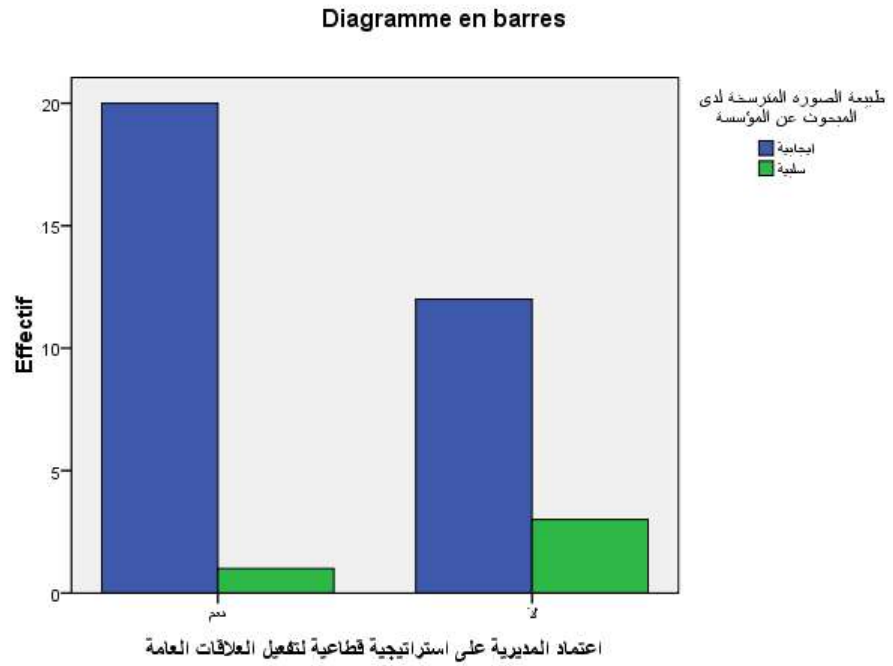
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بأن المديرية لا تعتمد على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة ويرون أن الصورة المترسخة لديهم ايجابية تقدر بـ 80% ويقابلها 20% بالنسبة للمستخدمين الذين لديهم صورة سلبية عن المؤسسة.

- أظهرت نتائج الاختبار كاي مربع عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين اعتماد مديرية الصحة والسكان بالمدينة على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة و طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين عن المؤسسة، إذ بلغت قيمة الدلالة (Sig=0.151) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وبالتالي لا يمكن

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

تأكيد وجود علاقة بين المتغيرين مما يدل على أنه يمكن أن تكون هناك عوامل مؤثرة أخرى تؤثر على طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدم. ($\Phi=0.239$)

الشكل رقم (105) يمثل أعمدة بيانية تبين طبيعة العلاقة بين مدى اعتماد المديرية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة و طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين المبحوثين عن المؤسسة



الجدول المركب رقم (118) يبين العلاقة بين اتصال المستخدمين بمسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) و مستوى تجاوبه مع المستخدمين

المجموع	كيف تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان مع المستخدمين			الاجابة	
	لم يتجاوب اطلاقا	حسن	جيد		
22 % 100	0 % 0	6 % 27.3	16 % 72.7	نعم	اتصال المستخدم بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية
10 % 100	4 % 40	4 % 40	2 % 20	لا	
32 % 100.	4 % 12.5	10 % 31.3	18 % 56.3		المجموع

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بـ نعم قاموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال للمديرية ويرون أن تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم جيد تقدر بـ 72.7%، ويقابلها 20 % بالنسبة للمستخدمين الذين يرون أن تجاوبه معهم جيد وأنهم لم يقوموا بالاتصال به.

- فيما أن نسبة المستخدمين الذين أجابوا بأنهم قاموا بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال (مسؤول العلاقات العامة) ويرون أن تجاوبه معهم حسن تقدر بـ 27.3 %، ويقابلها 40 % بالنسبة للمستخدمين الذين أجابوا بأنهم لم يقوموا بالاتصال به .

- كما أن 40 % من المستخدمين الذين أجابوا لم يسبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال أجابوا بعدم تجاوبه معهم.

ويمكن تفسير هذا من خلال اجراء اختبار كاي مربع (Chi-Square Test of Independence) لأنه يختبر العلاقة بين متغيرين نوعيين (اسمي أو رتبي).

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

ولقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين فيمكن بعد اجراء كاي مربع استخدام معامل كرامر V (Cramer's V) وهو الأنسب هنا لأن أحد المتغيرين ثنائي والآخر متعدد الفئات.

أولاً: اختبار كاي مربع Chi-Square

قيمة Sig= 0.002 و هي أصغر من 0.01 توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين اتصال المستخدم بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية و تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال معهم عند مستوى الدلالة 0.01.

ثانياً: تفسير قوة العلاقة باستعمال معامل كرامر V

لأن قيمة Cramer's V = 0.626 فانه يوجد علاقة قوية بين المتغيرين.

أظهرت نتائج اختبار كاي مربع وجود علاقة قوية ذات دلالة احصائية بين اتصال المستخدم بالمكلف بالإعلام والاتصال و تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال للمديرية معهم (Sig < 0.01) كما بلغ معامل كرامر V القيمة (0.626) مما يدل على أن العلاقة ارتباط قوية بين اتصال المستخدمين بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية و تجاوبه معهم.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

اختبار مدى صحة الفرضية الثانية:

الجدول المركب رقم (119) يبين العلاقة بين وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب المستخدمين (الانترنت) و نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي

المجموع	نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المديرية لدى جمهورها الخارجي		الاجابة	
	لا	نعم	اختار الانترنت	وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب المستخدم الانترنت
35 %100	8 %22.9	27 %77.1	اختار الانترنت	وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب المستخدم الانترنت
9 %100	2 %22.2	7 %77.8	لم يختار الانترنت	المستخدم الانترنت
44 %100	10 %22.7	34 %77.3	المجموع	

- نلاحظ من خلال البيانات الكمية للجدول أن نسبة المستخدمين الذين اختاروا وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب المستخدم الانترنت الذين أجابوا بـ نعم نجحت الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المديرية لدى جمهورها الخارجي تقدر بـ 77.1%، ويقابلها 77.8% بالنسبة للمستخدمين الذين أجابوا بـ لا لم تنجح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المديرية لدى جمهورها الخارجي.
- فيما أن نسبة المستخدمين الذين اختاروا وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب المستخدم الانترنت و أجابوا بـ لا لم تنجح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المديرية لدى جمهورها الخارجي تقدر بـ 22.9%، ويقابلها 22.2% بالنسبة للمستخدمين الذين أجابوا بأن الرسائل الاتصالية لجهاز العلاقات العامة لم تنجح في ترسيخ انطباع حسن عن المديرية لدى جمهورها الخارجي.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- لمعرفة طبيعة العلاقة بين المتغيرين الانترنت كوسيلة اتصال أكثر فاعلية ونجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي تم استخدام معامل فاي (Coefficient Phi) باعتبار أن المتغيرين ثنائيي (0/1) و(نعم/لا).

يتم تحديد الدلالة الاحصائية أولاً بما أن (Sig= 0.968) وهي أكبر من (0.05) فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين إذ أظهرت نتائج التحليل الاحصائي عدم وجود علاقة ذات دلالة بين اعتبار المستخدمين الانترنت وسيلة اتصال أكثر فاعلية ونجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي، إذ بلغت قيمة الدلالة الاحصائية (Sig= 0.968) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). وبالتالي تأكيد الفرضية العدمية

وهو ما يعني نفي الفرضية الثانية مما يعني أن استخدام المسؤول عن العلاقات العامة لوسائل اتصال حديثة بفعالية ليس العامل المؤثر الوحيد لنجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جماهيرها الخارجية بل قد تكون هناك عوامل أخرى كتصميم الرسائل الاتصالية واختيار الوقت المناسب لبثها وغيرها، وهذا ما يجعلنا ننفي صحة الفرضية الثانية والتي تفترض أن هناك علاقة ايجابية بين استخدام مسؤول العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية لوسائل الاتصال الحديثة ومدى تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي وقبول الفرضية الصفرية بين المتغيرين.

المبحث الخامس: الاستنتاجات

أ- الاستنتاجات المستخلصة من بيانات الاستمارة الموجهة لمستخدمي المديرية

تبين لنا نتائج الاحصائية أن 48 % من إجابات مستخدمي مديرية الصحة ترى أن الجهة التابعة لها جهاز العلاقات العامة هو مدير الصحة مباشرة وهي أعلى نسبة مقارنة بالإجابات الأخرى. وهي تبرز و تقيس مدى الاستقلالية الفعلية لجهاز العلاقات العامة (خلية الاعلام والاتصال) أو التبعية لمصلحة أخرى مما يؤكد أحد المبادئ الأساسية لممارسة العلاقات العامة الممتازة، ويمكن أن نستدل من تحليلنا لبيانات الجدول أن جهاز العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدينة تابع من حيث الممارسة الفعلية مباشرة لمدير الصحة ومع هذا يبقى هذا لا ينفي تبعيته تنظيميا من حيث الهيكل التنظيمي الى مصلحة السكان بالمديرية.

وهناك تطلع لتحقيق استقلالية الجهاز من خلال اقتراح قدم من قبل مسؤولي المديرية لوزارة الصحة لتخصيص مصلحة مستقلة عن باقي المصالح مما يحقق مبدأ استقلالية ادارة العلاقات العامة الممتازة عن باقي المصالح.

- ونستشف منها أن ادارة العلاقات العامة بتبعيتها المباشرة لمدير المؤسسة فعليا فإن مسؤولها يتواصل مباشرة معه أي أنها تتمتع بمبدأ الابلاغ المباشر، كما أن المكلف الفعلي بالاتصال رئيس مصلحة الموارد البشرية وهو من اطارات المديرية مما يحقق مبدأ تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو الابلاغ المباشر، كما أنه تم اقتراح من المديرية رفع الى وزارة الصحة حسب المكلف بالاتصال بالمديرية لترقية ادارة العلاقات العامة من مجرد مكتب الى مصلحة مختصة مستقلة عن باقي المصالح الادارية بالمديرية.

- وجود علاقة طردية موجبة متوسطة ذات دلالة بين اعتماد مديرية الصحة والسكان على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة ونجاح رسائلها الاتصالية في ترسيخ صورة حسنة عنها لدى جمهورها

قيمة معامل الارتباط 0.574 عند مستوى الدلالة 0.01 (0.000).

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- و يظهر جليا وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة بين نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها وترسخ صورة ايجابية لدى مستخدميها قيمة معامل الارتباط 0.372 عند مستوى الدلالة 0.05 (0.024).
- فيما برز كذلك وجود علاقة ارتباطية موجبة بين اعتماد المديرية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة والصورة الايجابية المترسخة لدى المستخدمين قيمة معامل الارتباط 0.262 .
- كما أن توصلنا الى اثبات وجود علاقة ارتباطية قوية موجبة بين اتصال المكلف بالإعلام والاتصال بمختلف المصالح ومستوى تجاوبه مع المستخدمين قيمة معامل الارتباط 0.694 عند مستوى الدلالة 0.01 (0.000) وبتالي رفض الفرضية العدمية للفرضية الأولى. فكلما زاد اتصال المكلف بالإعلام والاتصال بمختلف المصالح بالمديرية زاد مستوى تجاوبه مع مختلف فئات المستخدمين وهذا ما يزيد من ممارسة العلاقات العامة بالمديرية ضمن بيئتها الداخلية و يعزز من الاتصال بالجمهور الخارجي وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى.
- كما أنه توصلنا الى أن هناك علاقة ارتباطية قوية موجبة بين تجاوب مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالعلام والاتصال) لمديرية الصحة والسكان بالمدية مع المستخدم و اتصال المستخدم بمسؤول العلاقات العامة بالمديرية قيمة معامل الارتباط 0.626 عند مستوى الدلالة 0.01 (0.000) وهي أقل من 0.05 وبتالي يعني أننا أثبتنا أنه كلما زاد اتصال المستخدم بمسؤول العلاقات العامة زاد مستوى تجاوبه معه وبتالي يزداد الاتصال في اتجاهين (نموذج متماثل ذو اتجاهين) بين جهاز العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان وجمهورها الداخلي والخارجي وهو ما يعني توفر أهم شروط العلاقات العامة الممتازة التي تساهم في تفعيل العلاقات العامة بالمديرية مما يساهم في اثبات الفرضية الأولى والتي تقول بأنه كلما توافرت متطلبات العلاقات العامة الممتازة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية أدى ذلك الى تفعيل ممارستها مما يضمن أداء دورها بالمؤسسة.
- أن استخدام المسؤول عن العلاقات العامة لوسائل اتصال حديثة بفعالية ليس العامل المؤثر الحاسم لنجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن المؤسسة لدى جماهيرها الخارجي بل هناك عوامل أخرى كتصميم الرسائل الاتصالية واختيار الوقت المناسب وغيرها أي نفي الفرضية الثانية والتي تفترض أن هناك علاقة ايجابية بين استخدام مسؤول العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية لوسائل

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

الاتصال الحديثة ومدى تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي قبول الفرضية الصفرية بين المتغيرين.

ب- الاستنتاجات المستخلصة من بيانات الاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية

- يرى مستخدمو المؤسسة الاستشفائية بالمدينة أن الإدارة العليا لمديرية الصحة تولي أهمية للاتصال والعلاقات العامة فيما هم ينقسمون من حيث درجة الأهمية الى نصف يرى أنها تولي أهمية كبيرة والباقي يرون أنها توليها أهمية متوسطة.
- فيما يرى 90.4 % أن خلية الاعلام والاتصال تابعة مباشرة لمدير الصحة، فيما اتضح من خلال النتائج أن 69.7 % لم يتصلوا بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان ونعتبرها نسبة عالية تتطلب من القائمين على العلاقات العامة تفعيل الاتصال والتواصل بين جهاز العلاقات العامة ومستخدمي المؤسسات الصحية عبر مختلف وسائل الاتصال وقنواته.
- وأن 31.7 % من المستخدمين الجيبيين يرون أن التجاوب المكلف بالإعلام معهم جيد فيما يرى 52.4 % أن تجاوبه متوسط وهنا نوصي بأهمية التجاوب الجيد للمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان 24 ساعة على 24 ساعة و7 أيام على 7 أيام وهو ما تتطلبه العلاقات العامة الممتازة، مما سيبرز أن المديرية منفتحة على جمهورها الداخلي والخارجي.
- و أجاب 47.14 % من المستخدمين أن من أهم أنشطة العلاقات العامة بالمديرية تنظيم الملتقيات العلمية و الندوات، كما أجاب ما نسبته 67.8 % من المستخدمين الجيبيين أن المكلف يقوم بالاتصال بمختلف المصالح بالشكل الكافي، و أجاب ما نسبته 79 % من المستخدمين الجيبيين عن وجود تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة، فيما يرى 63 % من المستخدمين الجيبيين عن السؤال أن مستوى التنظيم للنشاط متوسط.
- فيما أجاب 57.14 % من المستخدمين أن أهم المضامين التي يفضلون الاطلاع عليها تتمثل في أخبار عن قطاع الصحة وأن الغالبية من المستخدمين يستخدمون الأنترنت كوسيلة من وسائل الاتصال الحديثة للحصول على الأخبار والمعلومات في المرتبة الأولى ثم يليها الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية في المرتبة الثانية ثم الموقع الالكتروني للمديرية لتليها الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية التي يعملون بها وينسب أقل باقي الوسائل الاتصالية.

الفصل الرابع: واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها

- كما أجاب 86.7 % من المستخدمين المجيبين عن السؤال أن الصورة المترسخة لديهم عن المؤسسة "إيجابية" مما يعني نجاح جهاز العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بالمدية في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة لدى مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية عبر استخدام مختلف وسائل وقنوات الاتصال المتاحة ولعل أبرزها وسائل الاتصال الحديثة.

الخاتمة

الخاتمة:

سعيًا في دراستنا هذه إلى بحث كيفية تفعيل العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية (الجزائر) بما يساهم في تحسين علاقتها بجمهورها الداخلي والخارجي انطلاقًا من التعرف على واقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة، معتمدين على مقارنة نظرية الامتياز في العلاقات العامة كخلفية نظرية وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية إذ قمنا من خلالها بوصف واقع ممارسة العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية لبحث كيفية تفعيلها بما يعزز أداء دورها ويحسن صورتها لدى جمهورها ثم تحليل النتائج المحصل عليها بعد توزيع الاستمارة على كل مستخدمي مديرية الصحة والسكان بالمدية بالنسبة للعينات الأساسية و على عينة إضافية تمثلت في 10 % من مستخدمي المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية كما قمنا بإجراء مقابلات مع مسؤول العلاقات العامة بالمديرية ومدير الصحة ورؤساء مصالح المديرية واستخدام الملاحظة الأولية لممارسة العلاقات العامة في ميدان الدراسة، وجمعنا في دراستنا بين منهج دراسة الحالة ومنهج المسح الشامل لكل مستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية كما استعنا ببرنامج التحليل الإحصائي SPSS وقمنا باختبار صحة فرضيتنا الدراسة وتوصلنا إلى النتائج التالية:

- اثبات الفرضية الأولى: كلما توافرت متطلبات العلاقات العامة الممتازة بمديرية الصحة والسكان بالمدية، زاد تفعيل ممارستها بما يعزز أداء دورها وتحسين صورتها لدى جمهورها. لوجود علاقة دالة بين اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة (ما يعني توفر أهم ركائز العلاقات العامة الممتازة وهو التخطيط الاستراتيجي) ونجاح رسائلها الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها (مما يعني تفعيل ممارستها بما يعزز أداء دورها ويحسن صورتها)
- نفي الفرضية الثانية التي تفترض أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام مسؤول العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية لوسائل الاتصال الحديثة ومدى تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي قبول الفرضية الصفرية بين المتغيرين. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود علاقة ذات دلالة بين اعتبار المستخدمين الانترنت وسيلة اتصال أكثر فاعلية ونجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها.

-حاجة المديرية الى أن تكون بها وحدة العلاقات العامة برئاسة مدير اداري وليس فني (توزيع مهام بين رئيسي مصلحتين تختلف مهامها عن جهاز العلاقات العامة وتتبع لهما مهام هذا الجهاز ليس مؤشرا على ممارسة علاقات عامة ممتازة كما هو الحال بالمديرية، و تتطلب ممارسة العلاقات العامة الممتازة الالتزام بهذا المبدأ الأساسي مما يكرس مبدأ آخر لها وهو مبدأ التمكين.

-حاجة العلاقات العامة بالمديرية الى أن تكون وظيفة ادارية منفصلة عن الوظائف الأخرى وهذا يجعل مسؤول العلاقات العامة لديه معرفة كاملة للدور الاداري والعلاقات العامة على حد سواء.

- حاجة العلاقات العامة للتنوع المتجسد في جميع أدوارها فعلى الرغم من أن منصب مسؤول العلاقات العامة متاح للجنسين ذكور أو اناث الى أن اقتصر جهاز العلاقات العامة على مكتب به موظف واحد (مكلف بالإعلام والاتصال) يحد من مبدأ التنوع في جميع أدوار العلاقات العامة في قطاع الصحة الذي يتطلب عدد أكبر للقيام بمهام العلاقات العامة من الجنسين ذكور واناث خاصة على مستوى المؤسسات الصحية الاستشفائية والجوارية بالولاية.

- العلاقات العامة في مديريةية الصحة والسكان وظيفية المتكاملة وحيوية ولجهاز العلاقات العامة دور أساسي ومحوري يشمل الاتصال و الاعلام والتنظيم و التنسيق الجيد والمتابعة الصارمة لتنفيذ البرامج وفق استراتيجية واضحة، وعلى رغم من وجود بعض الصعوبات والتي يمكن تجاوزها اذا تم تخصيص مكتب أو مصلحة و التعريف بها عن طريق اللافتات و تمكينها من ممارسة مهامها بتوفير الوسائل المادية والبشرية وتدعيمها باطار قانوني للممارسة في قطاع الصحة العمومية، يضاف الى الاطار التنظيمي الموجود الذي يمكن تحسينه من خلال المقترح الذي قدمته المديرية لترقية المكتب الى مصلحة وتزويدها بالوسائل اللازمة لأداء مهامها على أحسن ما يرام.

-على الرغم من هذا الا أن العلاقات العامة في مديريةية الصحة تخطو خطوات على النهج الصحيح بفضل الاصلاحات التي ميزت المنظومة الصحية في الجزائر التي شملت ورشة الاعلام ورقمنة القطاع الصحي مما يسهل مهام مسؤولي العلاقات العامة بمديريات الصحة والسكان في الحصول على معلومات دقيقة وصحيحة لبناء استراتيجيات المستقبلية وفق المعطيات المتوفرة، كما يستخدم مسؤول العلاقات العامة وسائل الاتصال الحديثة للتواصل وتوطيد العلاقة بين ادارة المؤسسة و الجمهور الداخلي والخارجي بشكل متنامي مما يوسع من استخدام العلاقات العامة الرقمية.

- من خلال ما سبق ذكره يمكن القول بأن الظروف والمناخ المؤسسي مهياً أحسن من أي وقت مضى لمباشرة ممارسة للعلاقات العامة ممتازة شريطة توفير متطلبات ممارستها البشرية والمادية والتقنية والاطر التنظيمي والقانوني المنظم للممارسة.

التوصيات:

من خلال الدراسة النظرية والميدانية يمكن تقديم التوصيات التالية:

ضرورة تفعيل دور العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدينة من خلال:

- تبني ممارسة العلاقات العامة الممتازة من خلال تشجيع تطبيق نموذج الاتصال المتوازن ذو الاتجاهين نظرا لخصوصية العلاقات العامة في المجال الصحي واتخاذ التخطيط الاستراتيجي سبيل لإدارة المؤسسة وتوفير الموارد البشرية والمادية لتطبيقها.
- ايلاء الإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان أهمية كبيرة للاتصال والعلاقات العامة من خلال ترقية مكانتها الى مصلحة لها مكتبها الخاص وتزويدها بالكادر البشري المتخصص والوسائل المادية اللازمة لممارسة نشاطها ويوجد اقتراح في هذا الشأن رفع الى الوزارة الوصية.
- لا بد من تنشيط عملية الاتصال بين جهاز العلاقات العامة والجمهور والعكس بين الجمهور وجهاز العلاقات العامة من خلال تشجيع ثقافة الاتصال في المؤسسة وفتح كل وسائل وقنوات الاتصال أمام المواطنين عموما والمستخدمين خصوصا.
- تحسين المهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان عن طريق اتاحة مشاركته في دورات متخصصة في العلاقات العامة لتحسين مستوى تواصله وتجاوبه مع الجمهور الداخلي والخارجي.
- تدعيم الإطار التنظيمي لممارسة العلاقات العامة عن طريق لوائح تنظيمية وقرارات تنفيذية مما يسمح بتأطير عملها بمديرية الصحة والسكان.
- الانفتاح على مختلف وسائل الاعلام والاتصال من خلال علاقة تكاملية تسمح بنشر الأخبار والمستجدات عن المؤسسة والقطاع الصحي وتزويد المواطن بالمعلومة الصحية الصحيحة خدمة للمصالح العام.
- اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية قطاعية واضحة لتفعيل العلاقات العامة مما يسهم أولا في ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي عبر رسائل اتصالية هادفة.

وفي هذا الإطار نوصي برسم خطة شاملة للعلاقات العامة وفق استراتيجية على المدى القريب، المتوسط والبعيد وتبني استراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات.

- ابراز الانجازات الصحية للمديرية ومجهوداتها الطبية والجراحية والوقائية من خلال الترويج لها عبر وسائل الاتصال الحديثة عبر الموقع الالكتروني والصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعن طريق مختلف الوسائط الاتصالية الحديثة من خلال أنشطة العلاقات العامة المتنوعة، دون اهمال أهمية الاتصال المباشر مع الجمهور وعبر الحملات التحسيسية الصحية والمعارض والندوات وغيرها، مما سيسهم في تحسين صورتها لدى المواطن.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

• اللغة العربية:

1. أبو الأصعب، صالح خليل. العلاقات العامة والاتصال الإنساني. دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998 .
2. أبو الأصعب، صالح خليل. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2006 .
3. إبراهيم، إمام. فن العلاقات العامة والإعلام. مكتبة الأنجلو المصرية للطبع والنشر، 1986 .
4. إبراهيم، إسماعيل. مناهج البحوث الإعلامية. ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017 .
5. أحمد، سليم حنان. العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي. دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2019 .
6. البياني، فارس رشيد. الحاوي في مناهج البحث العلمي. ط1، دار السواقي العلمية، الأردن، 2018 .
7. بلخيري، رضوان. مدخل إلى الاتصال المؤسسي. ط1، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015 .
8. بلخيري، رضوان، والجابري، سارة. مدخل للاتصال والعلاقات العامة. ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014 .
9. بن مرسل، أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية، 2007 .
10. بن مرسل، أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010 .
11. بوخاري، خيرة. الوباء العالمي كوفيد 19 بين المد والجزر وتأثيره على المستويات العالمية: التحديات والآفاق. دار خيال للنشر والتوزيع، الجزائر، 2021 .
12. بووزة، باية. آليات التجديد في صناعة العلاقات العامة. ط1، دار المجدد للطباعة والنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2021 .
13. بوقفة، رؤوف. الاتصال التنظيمي في المؤسسات الصحية. د.ب، د.ت .
14. التل، وائل عبد الرحمن، وقحل، عيسى محمد. البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007 .

15. الجبوري، علي عبودي نعمة .إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق .دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2017 .
16. جرادات، عبد الناصر أحمد، والشامي، لبنان هاتف .أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق .دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009 .
17. الجواري، ناهض فاضل زيدان .العلاقات العامة والصورة الذهنية .دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016 .
18. حجاب، محمد منير .الاتصال الفعال للعلاقات العامة .دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007 .
19. حجاب، محمد منير .العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة .دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007 .
20. الحربي، هباس رجا .العلاقات العامة والإدارة العليا .ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012 .
21. الحسن، إحسان محمد .النظريات الاجتماعية المتقدمة .دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015 .
22. حسن، أيوب أنعام، وآخرون .العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية .دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016 .
23. حسن، عادل .العلاقات العامة .دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1984 .
24. الحفناوي، محمد .الصحافة والتوعية الصحية .ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2014 .
25. حمدي، محمد الفاتح .تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير .2011 .
26. خلف، نصير قاسم .نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية في العراق . بحث وصفي منشور .
27. الدليمي، عبد الرزاق محمد .المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال .دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 .
28. الدليمي، عبد الرزاق محمد .العلاقات العامة في المجال الدولي .دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015 .
29. الدناني، عبد الملك، وهاشم، سامية أحمد .مناهج بحوث الاتصال الحديثة .مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2016 .
30. الدرة، عبد الباري إبراهيم، والمجاني، نبيل خليف .العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة، منحى نظامي واستراتيجي .دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010 .

31. دليو، فضيل .التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الآفاق .دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010 .
32. دليو، فضيل، وآخرون .الاتصال في المؤسسة .مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003 .
33. رحال، منال محمد .العلاقات العامة من المنطق النظري والعملي .دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015 .
34. الزغبى، علي فلاح مفلح، والسميعات، مروان بدر .إدارة العلاقات العامة: مدخل صناعة العلاقات العامة .دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019 .
- 35.
36. سلطان، محمد صاحب .العلاقات العامة ووسائل الاتصال .دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 .
37. الشمري، محمد مرضي .المدخل إلى العلاقات العامة .العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016 .
38. شيبه، شوان علي .العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق .دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016 .
39. الضلاعين، علي فلاح، وآخرون .الإعلام وإدارة الأزمات .دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015 .
40. عابد، زهير عبد اللطيف، وأبو السعيد، أحمد العابد .إدارة العلاقات العامة وبرامجها .دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014 .
41. عبد الأمير، عبد الهادي ."نماذج العلاقات العامة وتدعيم فاعلية النشاط الاتصالي لإدارة العلاقات العامة ."الباحث الإعلامي، العدد 11-12، 2011 .
42. عبد الحميد، محمد محب .مدخل إلى العلاقات العامة .المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، 2024 .
43. عبد الحميد، صلاح .تغطية تحرير المؤتمرات الصحفية .ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017 .
44. العبد، عاطف عدلي، والعبد، نهى عاطف .نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية .دار الفكر العربي، القاهرة، 2011 .
45. العدوي، فهمي محمد .مفاهيم جديدة في العلاقات العامة .ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 .

46. عدون، ناصر دادي. الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية: دراسة نظرية وتطبيقية . دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004 .
47. عجوة، علي السيد إبراهيم. العلاقات العامة في المجال التطبيقي . دن، د.ت .
48. عجوة، علي، وآخرون. مقدمة في وسائل الاتصال . ط1، مكتبة مصباح، جدة، 1989 .
49. عجوة، علي. إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات .
50. عجوة، علي، ومحمود يوسف. إدارة وتخطيط العلاقات العامة . 2005 .
51. العزب، مدحت محمد. المفاهيم الأساسية في إدارة الخدمات الصحية. نشر خاص، 2023 .
52. العنقري، عبد العزيز سلطان، والمغربي، عبد الحميد عبد الفتاح. تخطيط الخدمات الصحية . فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، 2014 .
53. عميرات، أمال. مهارات الاتصال في العلاقات العامة . ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2020 .
54. غباشي، نيقين أحمد. ديناميكية العلاقات العامة الداخلية: صورة المنشأة وآلية إدارة الأزمات . دار النهضة العربية، القاهرة، 2007 .
55. غريب، عبد السميع غريب. الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر . مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006 .
56. القضاة، حسن صالح سليمان. إدارة العلاقات العامة: مدخل في إدارة المستشفيات والخدمات الصحية . ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2013 .
57. قطيشات، تالا، وآخرون. مبادئ في الصحة والسلامة العامة . دار المسيرة للنشر والتوزيع، د.ت .
58. الكافي، مصطفى يوسف. العلاقات العامة وإدارة الأزمات . دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2016 .
59. الكيلاني، أنمار مصطفى، وعبد الديراني، محمد. "النمذجة في مجال التخطيط التربوي بين النظرية والتطبيق". مجلة العلوم التربوية والدراسات الإسلامية، جامعة الملك سعود، مج10، 1998 .
60. كمال، محمد مصطفى. العلاقات العامة بين تكنولوجيات الاتصال والأزمات: إدارة، عولمة، اتخاذ قرارات . ط1، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2012 .
61. كرو العزاوي، رحيم يونس. مقدمة في منهج البحث العلمي . ط1، دار دجلة، عمان، 2007 .
62. اللبدي، نزار عوني. إدارة العلاقات العامة وتنميتها . دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2015 .

63. المشاقبة، بسام عبد الرحمن. الإعلام الصحي. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012 .
64. المشاقبة، بسام عبد الرحمن. معجم مصطلحات العلاقات العامة. ط1، نبلاء ناشرون وموزعون، عمان، 2014 .
65. محمد السيد السعيد عبد الوهاب. استراتيجية إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة. دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006 .
66. مراد، كامل خورشيد. الاتصال الجماهيري والإعلام .
67. موسى، باقر. الصورة الذهنية في العلاقات العامة. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014 .
- 68.
69. نصيرات، فريد توفيق. إدارة منظمات الرعاية الصحية. ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2008 .
70. نيسم، دوج، وبوب، كاريل. الكتابة للعلاقات العامة: الشكل والأسلوب. ترجمة فايد رباح، دار الكتاب الجامعي، غزة، 2003.

● باللغات الأجنبية:

- 1- **Gryspeerd, Axel.** *Théories des relations publiques et théories de la communication. Communication et Organisation*, n° 4, 2012, pp. 1–5.
- 2- **Grunig, James E. & Grunig, Larissa A.** *Excellence Theory in Public Relations: Past, Present, and Future.* In : **Zerfass, Ansgar & Van Ruler, Betteke** (dir.), *Public Relations Research: European and International Perspectives and Innovations*, Barbara Budrich Publishers, 2008, p. 327.
- 3- **Libaert, Thierry.** *Nouveau concept, une nouvelle vision des relations publiques : « Slow PR ».* *Magazine de la communication de crise et sensible*, 2010, pp. 1–4. Publication : www.communication-sensible.com.
- 4- **Zerfass, Ansgar, Van Ruler, Betteke & Krishnamurthy.** *Public Relations Research: European and International Perspectives and Innovations.* Editorial Office Barbara, 2008.

• رسائل الماجستير وأطروحات دكتوراه:

1. أجغيم الطاهر: واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، جامعتا منتوري وباجي مختار نموذجا، أطروحة دكتوراه الجزء الأول، قسم العلوم الاجتماعية والديموغرافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية 2005 – 2006 .
2. الخاروف منى برهان فريد: دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المستشفيات (دراسة مقارنة بين مستشفيات الخاصة والحكومية لمدينة نابلس)، رسالة ماجستير في تخصص العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، الجامعة العربية الأمريكية، كانون الأول 2021 .
3. صدام رابيس: السياسات الاتصالية للمنظومة الصحية في الجزائر وسياقات التواصل في مجال التوعية الصحية دراسة تحليلية نسقية في الأبعاد الاتصالية والسياقية لبرامج التوعية الصحية بوزارة الصحة في الفترة 2015-2020، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال تنظيمي، قسم علوم الاتصال لكلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، العام الجامعي 2022-2023.

• المجالات:

1. السلعوس محمد هاشم: الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاساتها على الجمهور، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد 15 العدد 2، 2018، ص ص 739-769 .
2. تحسين منصور، هيا تحسين منصور: أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 41، ملحق 2، 2014، ص ص 801-820 .
3. خلف كريم كيوش علي: مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة في المؤسسات الأكاديمية، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 12، العدد 47، 2020، ص ص 99-124.

• الجريدة الرسمية:

1. الجريدة الرسمية العدد 47 الصادرة 11 ربيع الأول عام 1418 هـ.
2. الجريدة الرسمية العدد 38 الصادرة في 8 صفر عام 1419 هـ.

• المواقع الالكترونية:

1. موقع الالكتروني للوكالة الوطنية للأمن الصحي تصفح يوم 2024/09/07 الرابط
<https://nssa.el-mouradia.dz/corona>
2-Relation Publique vue sur le lien
<https://www.appvizer.fr/magazine/marketing/relations-publiques> le
20/12/2018.

• المقابلات:

1. مقابلة مع السيد كراش سليم رئيس مصلحة السكان بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية في
مارس 2024 بمقر مديرية الصحة.
2. مقابلة مع السيد: براهيم عادل طبيب ورئيس مصلحة الوقاية بمديرية الصحة والسكان بولاية
المدية في أبريل 2024 بمقر مديرية الصحة.
3. مقابلة مع السيد: عدنان حميدية رئيس مكتب بمصلحة التخطيط والوسائل بمديرية الصحة
والسكان بولاية المدية (كلف من قبل رئيس المصلحة للاجابة عن أسئلة المقابلة) أبريل 2024
بمقر المديرية.
4. مقابلة مع السيد: موسى حديد مكلف بالاتصال و رئيس مصلحة الموارد البشرية بمديرية
الصحة والسكان بولاية المدية في أبريل 2024 بمقر مديرية الصحة.

5. مقابلة مع السيدة: لاج رميساء متصرف رئيسي لمصالح الصحة رئيسة مصلحة الهياكل الصحية

بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية في أبريل 2024 بمقر المديرية.

6. مقابلة مع السيد زهير حاج صدوق مدير الصحة لولاية المدية في ماي 2024 بمقر المديرية.

الملاحق

الملحق رقم 1 : الاستمارة الموجهة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول موضوع

العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر

- دراسة حالة مديرية الصحة والسكان بولاية المدية

- في إطار أطروحة مكتملة للحصول على شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال: اتصال وعلاقات عامة الموضوع حول العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر يجيب من خلاله المبحوث على الأسئلة الاستمارة الموجهة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان بولاية المدية والتي تمكننا من جمع المعلومات حول أبعاد الدراسة من خلال التعرف على الأدوار والوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة ومدى ممارستها وإمكانية تفعيلها بمديرية الصحة والسكان بالمدية بتبني أحد النماذج الرائدة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر.

- إن الإجابة عن الأسئلة الواردة في الاستمارة لا تستعمل إلا لغرض علمي، ولهذا أرجو منكم الإجابة على كل الأسئلة بموضوعية وجدية وصراحة.

- ضع علامة (x) أمام الإجابة المختارة.

- في حالة الترتيب للمفاضلة بين الاجابات المختارة رتب تصاعديا من أكثر أهمية الى الأقل أهمية

إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالب:

د. علواش كهيبة

- نذير موساوي

السنة الجامعية (2022 - 2023)

البيانات العامة:

المحور الأول: أهمية العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية

س1: هل يوجد مكتب لخدمة الإعلام والاتصال بمديرية الصحة؟

- نعم - لا

إذا كانت الاجابة: نعم

إلى أي جهة إدارية تابع لها؟

- إلى مدير الصحة مباشرة - إلى مصلحة السكان - إلى مصلحة أخرى أذكرها.....

س2: هل تولي الإدارة العليا لمديرية الصحة أهمية للاتصال والعلاقات العامة؟

- نعم - لا

س3: في حال الاجابة بنعم ، حدد درجة هذه الأهمية

- أهمية كبيرة - أهمية متوسطة - أهمية بسيطة

س4: ماهي الجهة التي تفضل الاتصال بها لطرح انشغالاتك ؟

- مدير المؤسسة
- رئيس المصلحة التي تنتمي إليها
- مكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية
- جهة أخرى أذكرها.....

س5: هل سبق لك الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية

- نعم - لا

في حال الاجابة بنعم ، هل كان ذلك

- للإطلاع على مستجدات أو معلومات حول المجال الصحي

- المشاركة في نشاط

- تقديم مقترحات

-رفع شكوى

- تقديم طلب
- لأمر شخصي
- أخرى أذكرها؟

س6: كيف كان تجاوب المكلف بالاعلام و الاتصال معك؟

- جيد - حسن - سيئ - لم يتجاوب إطلاقا

المحور الثاني: ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة في قطاع الصحة العمومية

س7: ماهي المواصفات التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة؟

- القدرة على التواصل
- القدرة على الإقناع والتأثير
- القدرة على التحرير
- القدرة على الاستماع
- القدرة على إلقاء الخطاب
- القدرة على القراءة
- أخرى اذكرها؟

س8: ما رأيك في المهارات الاتصالية التي يتسم بها؟

- ذات كفاءة عالية - ذات كفاءة حسنة - ذات كفاءة متوسطة
- ضعيفة

س9: حدد الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة؟

- الاتصال والإعلام
- التنظيم
- التنسيق

- تخطيط برامج الأنشطة والفعاليات

- تنفيذ أنشطة العلاقات العامة

- مراقبة تنفيذ نشاطات العلاقات العامة

- بحوث العلاقات العامة

س10: حدد أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية؟

- تنظيم ملتقيات العلمية والندوات

- تنظيم أبواب مفتوحة على المؤسسة

- القيام بالحملات التحسيس والتوعية الصحية

- كتابة البيان الصحفي وتوطيد العلاقة مع الصحافيين

- تيسير زيارات الوفود للمؤسسة

- الإشراف على مجلة المؤسسة

- تنظيم بروتوكولات إبرام اتفاقيات بين المديرية وغيرها من المؤسسات

س11: هل يتصل المكلف بالإعلام والاتصال بمختلف المصالح الإدارية والتقنية بشكل الكافي؟

-لا

-نعم

س12: إذا سبق وأن حضرت إحدى الفعاليات التي نظمتها المديرية

- هل هناك تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة؟

-لا

-نعم

- ما رأيك في مستوى التنظيم لهذا النشاط؟

- ضعيف

- متوسط

- جيد

- هل يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له مسبقا؟

-لا

-نعم

- هل هناك تنسيق محكم للقيام بالنشاط العلاقات العامة؟

-لا

-نعم

-ماذا تقترح؟

س13: هل يجري القائمون بالعلاقات العامة سير آراء؟

-نعم -لا

في حالة الاجابة بنعم،

- هل تؤخذ بعين الاعتبار نتائج سير الآراء؟

- نعم - لا

س14: هل تعتمد مديرية الصحة حقيقة على إستراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة؟

-نعم - لا

-في حال نعم، حسب رأيك فيما تتمثل؟

المحور الثالث: وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة من طرف المؤسسات الصحية في مجال العلاقات العامة

س15: حدد بالترتيب وسائل الاتصال التي تحصل منها على الأخبار والمعلومات

- | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | - التويتر | <input type="checkbox"/> | - الأنترنت |
| <input type="checkbox"/> | - يوتيوب | <input type="checkbox"/> | - الموقع الالكتروني للمؤسسة |
| <input type="checkbox"/> | - الإنستغرام | <input type="checkbox"/> | - الصفحة الرسمية للمؤسسة فيسبوك |
| | | <input type="checkbox"/> | - الإذاعة |
| | | <input type="checkbox"/> | - التلفزيون |
| | | <input type="checkbox"/> | - الصحف |
| | | <input type="checkbox"/> | - المجالات |
| | | <input type="checkbox"/> | - الإعلانات المعلقة |
| | | <input type="checkbox"/> | - الاتصال المباشر بالزملاء |

-أخرى.....

س16: ماهي أهم المضامين التي تفضل الاطلاع عليها (يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة)

- أخبار عن قطاع الصحة
- نشاطات المؤسسة
- دورات تكوينية
- توجيهات وإرشادات
- مستجدات حول الصحة العمومية

-أخرى.....

س17: بالنسبة إليك ماهي وسائل الاتصال الأكثر فاعلية ؟ رتبها

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> - التويتر | <input type="checkbox"/> -الانترنت |
| <input type="checkbox"/> - يوتيوب | <input type="checkbox"/> - الموقع الالكتروني للمؤسسة |
| <input type="checkbox"/> - انستغرام | <input type="checkbox"/> - الصفحة الرسمية للمؤسسة فيسبوك |
| | <input type="checkbox"/> - الإذاعة |
| | <input type="checkbox"/> - التلفزيون |
| | <input type="checkbox"/> - الصحف |
| | <input type="checkbox"/> - المجالات |
| | <input type="checkbox"/> - الإعلانات المعلقة |
| | <input type="checkbox"/> - الاتصال المباشر بالزملاء |

- وسائل الاتصال أخرى اذكرها؟

الخور الرابع: أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها

س18: تستخدم مديرية الصحة وسائل الاتصال الحديثة لتوجيه رسائل اتصالية للتعريف بأنشطتها وإنجازاتها وتوثيق الصلة بجماهيرها وترسيخ صورة حسنة عنها لديهم، حسب رأيك:

- لماذا تلجأ إلى استخدام هذه الوسائل الاتصالية الحديثة؟
- الآنية الاتصال وسهولته - التفاعلية
- بالنظر لسرعة الانتشار المعلومة - إمكانية الحصول على المعلومة في أي وقت
- لصدق المعلومة - إمكانية نقلها للرسالة الاتصالية صوت وصورة
- أخرى.....

- وما الهدف من استخدامها للوسائل الاتصال الحديثة؟

- التعريف بأنشطة المؤسسة وإنجازاتها
- غرس روح الانتماء والتعاون والتآزر بين المستخدمين
- التواصل مع جماهيرها الخارجية ورصد مدى رسائلها الاتصالية
- توطيد الصلة مع جماهيرها الخارجية
- الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور

- بما تتميز رسائلها الاتصالية؟

- بساطة وسهولة - التعقيد وصعوبة
- الوضوح - عدم الوضوح
- هادفة - غير هادفة

س19: هل نجحت هذه الرسائل الاتصالية في تحقيق هدفها بترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي؟

- نعم - لا

- في حال الإجابة بنعم: بما ترتبط هذه الصورة المترسخة (يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة)

- التعاون والتضامن والتآزر خدمة للصحة العامة
- الاستعداد والجاهزية
- الجوارية والمرافقة الدائمة
- سرعة تقديم الخدمة وفعالية أدائها
- العصرية والرقمنة
- الحرص على صحة المواطن من خلال أولوية الوقاية ووجوب المرافقة العلاجية
- س20: ماهي طبيعة صورة المؤسسة التي ترسخت لديك؟
- إيجابية - سلبية
- س21: حسب رأيك فيما يتمثل إسهام العلاقات العامة لتحسين صورة القطاع الصحي بوجه عام والمؤسسة على وجه الخصوص؟

المحور الخامس: الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في مواجهة الأزمات بالمؤسسة

- س22: أن الأزمة الصحية لوباء كورونا مثّلت امتحان حقيقي لمدى جاهزية مديرية الصحة في مواجهة هذا النوع من الأزمات الذي يتطلب اليقظة الدائمة وفاعلية تقديم الخدمة الصحية
- هل تم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية الصحية؟
- نعم - لا
- كيف تعاملت المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا (من حيث اليقظة والتنظيم والاتصال والتنسيق ودقة المعلومات)؟
- بطريقة يقظة - غير يقظة
- بطريقة منظمة - غير منظمة
- سهولة الاتصال - صعوبة الاتصال
- بطريقة منسقة - غير منسقة
- دقة المعلومة - معلومات غير دقيقة
- سرعة اتخاذ القرار المناسب - بطئ اتخاذ القرار المناسب
- سرعة تنفيذ الاجراءات المناسبة - بطئ تنفيذ الاجراءات المناسبة

- اشرح ذلك؟

.....

س23: حدد مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة لمواجهة الأزمة الصحية لوباء كورونا؟

- فعالة جدا - فعالة - غير فعالة

س24: هل تتبنى استراتيجيات اتصالية في مواجهة الأزمات؟

- نعم - لا

س25: قدم اقتراحات التي تراها مناسبة لمديرية الصحة لتحسين ممارسة العلاقات العامة في القطاع الصحي لتفادي الوقوع في الأزمات؟

.....
.....
.....

البيانات الشخصية:

-السن :

أقل من 21 سنة - من 21 الى 30 سنة - من 31 الى 40 سنة - من 41 سنة فما فوق

-الجنس :

ذكر - أنثى

- المستوى التعليمي :

المستوى المتوسط - المستوى الثانوي - المستوى الجامعي

-الوظيفة :

عامل مهني - موظف إداري - موظف شبه طبي - طبيب - مهندس

- الأقدمية :

أقل من 5 سنوات - من 6 سنوات الى 10 سنوات - من 11 سنة الى 15 سنة

أكثر من 16 سنة

الملحق رقم 2: الاستمارة الموجهة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية مُحمد بوضياف المدية

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبائيته حول موضوع

العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر

- دراسة حالة مديرية الصحة والسكان بولاية المدية

- في إطار أطروحة مكتملة للحصول على شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال: اتصال وعلاقات عامة الموضوع حول العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر يجيب من خلاله المبحوث على الأسئلة الموجهة لمؤسسة الاستشفائية مُحمد بوضياف بالمدية والتي تمكننا من جمع المعلومات حول أبعاد الدراسة من خلال التعرف على الأدوار والوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة ومدى ممارستها وإمكانية تفعيلها بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية بتبني أحد النماذج الرائدة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر.
- إن الإجابة عن الأسئلة الواردة في الاستمارة لا تستعمل إلا لغرض علمي، ولهذا أرجو منكم الإجابة على كل الأسئلة بموضوعية وجدية وصراحة.
- ضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة.
- في حالة الترتيب للمفاضلة بين الاجابات المختارة رتب تصاعديا من أكثر أهمية الى الأقل أهمية

إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالب :

د. علواش كهينة

- نذير موساوي

السنة الجامعية (2022 - 2023)

البيانات العامة:

المحور الأول: أهمية العلاقات العامة لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية

س1: هل يوجد مكتب لخلية الإعلام والاتصال بمديرية الصحة؟

- نعم - لا

إذا كانت الإجابة: نعم

إلى أي جهة إدارية تابع لها؟

- إلى مدير الصحة مباشرة - إلى مصلحة السكان - إلى مصلحة أخرى أذكرها.....

هل يوجد مكتب للإعلام والاتصال بمؤسستكم ينسق معه الأنشطة الإعلامية والاتصالية؟

- نعم - لا

س2: هل تولي الإدارة العليا لمديرية الصحة أهمية للإتصال والعلاقات العامة؟

- نعم - لا

س3: في حال الإجابة بنعم، حدد درجة هذه الأهمية

- أهمية كبيرة - أهمية متوسطة - أهمية بسيطة

س4: ماهي الجهة التي تفضل الإتصال بها لطرح انشغالاتك بمديرية الصحة؟

- مدير الصحة - مدير المؤسسة التي تنتمي إليها
 - رئيس مصلحة بمديرية الصحة - رئيس المصلحة التي تنتمي إليها
 - مكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة - مكلف بالإعلام والاتصال بالمؤسسة التي تنتمي إليها
 - جهة أخرى أذكرها.....

س5: هل سبق لك الإتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية

- نعم - لا

في حال الإجابة بنعم، هل كان ذلك

- للاطلاع على مستجدات أو معلومات حول المجال الصحي - تقديم طلب

- المشاركة في نشاط - لأمر شخصي

- رفع شكوى

- تقديم مقترحات

- أخرى أذكرها؟

س6: كيف كان تجاوب المكلف بالاعلام والاتصال معك؟

- جيد - حسن - سيئ - لم يتجاوب إطلاقاً

المحور الثاني: ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة في قطاع الصحة العمومية

س7: ماهي المهارات الاتصالية (مواصفات) التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة؟

- القدرة على التواصل

- القدرة على الإقناع والتأثير

- القدرة على التحرير

- القدرة على الإستماع

- القدرة على إلقاء الخطاب

- القدرة على القراءة

- أخرى أذكرها؟

س8: ما رأيك في المهارات الاتصالية التي يتسم بها؟

- ذات كفاءة عالية - ذات كفاءة حسنة - ذات كفاءة متوسطة

- ضعيفة

س9: حدد الوظائف الأساسية التي يؤديها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة؟

- الاتصال والإعلام

- التنظيم

- التنسيق

- تخطيط برامج الأنشطة والفعاليات

- تنفيذ أنشطة العلاقات العامة

- مراقبة تنفيذ نشاطات العلاقات العامة

- بحوث العلاقات العامة

س10: حدد أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية؟

- تنظيم ملتقيات العلمية والندوات - كتابة البيان الصحفي وتوطيد العلاقة مع الصحافيين
- تنظيم أبواب مفتوحة على المؤسسة - تيسير زيارات الوفود للمؤسسة
- القيام بالحملات التحسيس والتوعية الصحية - الإشراف على مجلة المؤسسة
- تنظيم بروتوكولات إبرام اتفاقيات بين المديرية وغيرها من المؤسسات

س11: هل يتصل المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة بمختلف المصالح الإدارية والتقنية لمؤسستكم الاستشفائية بشكل الكافي؟

- نعم - لا

س12: إذا سبق وأن حضرت إحدى الفعاليات التي نظمتها مديرية الصحة

- هل هناك تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة؟

- نعم - لا

- ما رأيك في مستوى التنظيم لهذا النشاط؟

- جيد - متوسط - ضعيف

- هل يتم تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له مسبقا؟

- نعم - لا

- هل هناك تنسيق محكم للقيام بالنشاط العلاقات العامة؟

- نعم - لا

-ماذا تقترح؟

.....

س13: هل يجري القائمون بالعلاقات العامة سير آراء؟

- نعم - لا

..... في حالة الإجابة بنعم،

- هل تؤخذ بعين الاعتبار نتائج سير الآراء؟

-نعم -لا

س14: هل تعتمد مديرية الصحة حقيقة على إستراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة؟

-نعم -لا

-في حال نعم، حسب رأيك فيما تتمثل؟

.....

المحور الثالث: وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة من طرف المؤسسات الصحية في مجال العلاقات العامة

س15: سعى القائمون على القطاع إلى عصرنه المرافق الصحية بتجديد مصالحتها الاستعجالية وتجهيزها بمختلف الوسائل في إطار رقمته مختلف المصالح الصحية وتسهيل التواصل بينها، حسب رأيك:

-هل أثر هذا إيجاباً على كيفية الاتصال والتواصل بين مستخدمي مختلف المصالح الصحية لمؤسستكم؟

-نعم لا

- حدد بالترتيب وسائل الاتصال التي تحصل منها على الأخبار والمعلومات؟

- الإنترنت - الصحف

- الموقع الإلكتروني لمديرية الصحة - المجالات

- الصفحة الرسمية لمديرية الصحة فيسبوك - الإعلانات المعلقة

- الموقع الإلكتروني للمؤسسة الاستشفائية - الاتصال المباشر بالزملاء

- الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية فيسبوك - التويتر

- الإذاعة - يوتيوب

- التلفزيون - الإنستغرام -

أخرى.....

س16: ماهي أهم المضامين التي تفضل الاطلاع عليها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة)

-أخبار عن قطاع الصحة - دورات تكوينية

-نشاطات المديرية الصحية - توجيهات وإرشادات

- مستجدات حول الصحة العمومية - نشاطات المؤسسة الاستشفائية -
أخرى.....

س17: بالنسبة إليك ماهي وسائل الاتصال الأكثر فاعلية ؟ رتبها

- الإنترنت - الصحف
- الموقع الإلكتروني لمديرية الصحة - المجلات
- الصفحة الرسمية لمديرية الصحة فيسبوك - الإعلانات المعلقة
- الموقع الإلكتروني للمؤسسة الاستشفائية - الاتصال المباشر بالزملاء
- الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية فيسبوك - التويتر
- الإذاعة - يوتيوب
- التلفزيون - انستغرام
- أخرى؟

المحور الرابع: أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها

س18: تستخدم مديرية الصحة وسائل الاتصال الحديثة لتوجيه رسائل اتصالية للتعريف بأنشطتها وإنجازاتها وتوثيق الصلة بجماهيرها وترسيخ صورة حسنة عنها لديهم، حسب رأيك:

- لماذا تلجأ إلى استخدام هذه الوسائل الاتصالية الحديثة؟

- الأنية الاتصال وسهولته - التفاعلية
- بالنظر لسرعة انتشار المعلومة - إمكانية الحصول على المعلومة في أي وقت
- لصدق المعلومة - إمكانية نقلها للرسالة الاتصالية صوت وصورة
- أخرى.....

- وما الهدف من استخدامها للوسائل الاتصال الحديثة؟

- التعريف بأنشطة المؤسسة وإنجازاتها
- غرس روح الانتماء والتعاون والتآزر بين مستخدمي القطاع الصحي

- التوصل مع جماهيرها الخارجية ورصد صدق رسائلها الاتصالية
- توطيد الصلة مع جماهيرها الخارجية
- الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور
- بما تتميز رسائلها الاتصالية؟
- بساطة وسهولة - التعقيد وصعوبة
- الوضوح - عدم الوضوح
- هادفة - غير هادفة

س19: هل نجحت هذه الرسائل الاتصالية في تحقيق هدفها بتسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي؟

- نعم - لا

- في حال الإجابة بنعم: بما ترتبط هذه الصورة المترسخة (يمكن إختيار أكثر من إجابة واحدة)

- التعاون والتضامن والتآزر خدمة للصحة العامة
- الاستعداد والجاهزية
- الجوارية والمرافقة الدائمة
- سرعة تقديم الخدمة وفعالية أدائها
- العصرية والرقمنة
- الحرص على صحة المواطن من خلال أولوية الوقاية ووجوب المرافقة العلاجية

س20: ماهي طبيعة صورة مديرية الصحة التي ترسخت لديك؟

- إيجابية - سلبية

س21: حسب رأيك فيما يتمثل إسهام العلاقات العامة لتحسين صورة القطاع الصحي بوجه عام وصورة المديرية على وجه الخصوص؟

المحور الخامس: الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في مواجهة الأزمات بالمؤسسة

س22: أن الأزمة الصحية لوباء كورونا مثّلت امتحان حقيقي مدى جاهزية مديرية الصحة والمؤسسات الصحية في مواجهة هذا

النوع من الأزمات الذي يتطلب اليقظة الدائمة وفاعلية تقديم الخدمة الصحية

- هل تم تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية الصحية؟

- نعم - لا

- وهل تم التنسيق والإتصال بين مديرية الصحة والمؤسسة الإستشفائية لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية وإتخاذ الإجراءات المناسبة؟

- نعم - لا

- كيف تعاملت المؤسسة الاستشفائية عند حدوث أزمة وباء كورونا؟

- | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | - بطريفة يقظة | <input type="checkbox"/> | - بطريفة منظمة |
| <input type="checkbox"/> | - غير منظمة | <input type="checkbox"/> | - سهولة الاتصال |
| <input type="checkbox"/> | - صعوبة الإتصال | <input type="checkbox"/> | - بطريفة منسقة |
| <input type="checkbox"/> | - غير منسقة | <input type="checkbox"/> | - دقة المعلومة |
| <input type="checkbox"/> | - معلومات غير دقيقة | <input type="checkbox"/> | - سرعة إتخاذ القرار المناسب |
| <input type="checkbox"/> | - بطيء إتخاذ القرار المناسب | <input type="checkbox"/> | - سرعة تنفيذ الإجراءات المناسبة |
| <input type="checkbox"/> | - بطيء تنفيذ الإجراءات المناسبة | | |

- اشرح ذلك؟

س23: حدد مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي إتخذتها مديرية الصحة لمواجهة الأزمة الصحية لوباء كورونا؟

- فعالة جدا - فعالة - غير فعالة

س24: هل تتبنى المديرية إستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات؟

- نعم - لا

س25: قدم اقتراحات التي تراها مناسبة للمؤسسة الإستشفائية ومديرية الصحة لتحسين ممارسة العلاقات العامة في القطاع الصحي لتفادي الوقوع في الأزمات؟

.....

البيانات الشخصية:

-السن:

- أقل من 21 سنة - من 21 الى 30 سنة - من 31 الى 40 سنة
- من 41 سنة فما فوق

-الجنس:

- ذكر - أنثى

- المستوى التعليمي:

- المستوى الابتدائي - المستوى المتوسط - المستوى الثانوي
- المستوى الجامعي

-الوظيفة:

- عامل مهني - موظف إداري - موظف شبه طبي - طبيب
- مهندس

- الأقدمية:

- أقل من 6 سنوات - من 6 سنوات الى 10 سنوات - من 11 سنة الى 15 سنة
- أكثر من 16 سنة

الملحق رقم 3: يبين جدول الملاحظة قام بها الباحث حول واقع ممارسة العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدية وكيفية تفعيلها لتحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

رقم الموقف	السلوك المتوقع	طبيعة السلوك ايجابي/سلبي	المكان	الزمن	السلوك غير متوقع
1	تخصيص جهاز للعلاقات العامة	ايجابي	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	15 د	من حيث الهيكل التنظيمي تابع لمصلحة السكان وفعليا تكليف رئيس مصلحة الموارد البشرية مكلفا بالاتصال و مسؤول خلية الاعلام الآلي مكلفا بالإعلام الرقمي.
2	ادراك أهمية العلاقات العامة	ايجابي	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	15 د	هناك القليل لا يدرك أهميتها
3	الاتصال الموظف بقائم بالعلاقات العامة	ايجابي	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	15 د	هناك من الموظفين من لم يسبق له الاتصال به.
4	اتصال القائم بالعلاقات العامة بالموظف ومدى الاستجابة لاتصاله	ايجابي	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	15 د	لا يوجد
5	تخصيص المديرية لمكتب التنظيم يسهر على سيره موظف لاستقبال البريد الوارد وارسال البريد الصادر	ايجابي	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	15 د	لا يوجد
6	استقبال حسن للجمهور الداخلي والخارجي	ايجابي	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	15 د	يمكن تحسين الاستقبال لو خصصت قاعات أكبر ومكان أفضل لوجود قاعة الانتظار فهي منفصلة عن المبنى الرئيسي للمديرية وهي موجودة في فناء المديرية مع صعوبة تعرف الجمهور

على مكتب العلاقات العامة نظرا لعدم وجود لافتة وتبعيته تنظيميا لمصلحة السكان من جهة و من حيث الممارسة تكليف للقيام بالمهام الاتصالية رئيس مصلحة الموارد البشرية.					
تخصيص المديرية لبهو صغير الحجم نوعا ما	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	تخصيص المديرية لقاعة انتظار و بهو للاستقبال	7
نظرا لطبيعة مهام المديرية وتوفيرها لفضاء رقمي اتصالي الصفحة الرسمية لمديرية الصحة "فيسبوك" وموقع الالكتروني ورقم أخضر للرد على انشغالات وتساؤلات المواطنين البعض منهم من يحضر الى المديرية لتلبية انشغالاته الصحية حسب رأي	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	اقبال المواطنين على مديرية الصحة في يوم الاستقبال	8
ضرورة تنوع وسائل وقنوات الاتصال والاستفادة أكثر من وسائل الاتصال الحديثة لتكريس تواصل آني و مستمر	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	التواصل مع الفاعلين في القطاع الصحي (مؤسسات وهيئات عمومية وخاصة)	8
لا يوجد	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	اجراء اجتماعات بشكل دوري بحضور مدير الصحة مع مدراء المؤسسات الصحية و رؤساء مصالح المديرية	9
يستفيد من الندوات العلمية و الدورات التكوينية فئات محدودة لذا نقترح الاستمرار في تنظيمها وتنوع	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	اجراء اجتماعات وندوات ودورات تكوينية عبر تقنية التحاضر عن بعد بين ممثلي المديرية و	10

مواضيعها لتستهدف أكبر عدد ممكن من الفئات المستخدمين				مستخدمي المصالح الصحية من أطباء ومستخدمي الشبه طبي	
هناك تفاوت في تنظيم والإشراف على أنشطة العلاقات العامة قبل أزمة كورونا وبعدها فعدد الأنشطة أكثر من حيث عددها وتنوع مواضيعها بعد أزمة كورونا ويتم اتباع برامج وزارة الصحة في هذا المجال في المناسبات الوطنية والدينية و الفعاليات الخاصة بقطاع الصحة فيما يتم اقتراح العديد من المبادرات من المديرية أو المؤسسات الصحية ويتم الموافقة عليها مسبقا من قبل مدير الصحة	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	تنظيم والإشراف على أنشطة العلاقات العامة	11
اعتماد على البريد الإلكتروني و الوسائط المختلفة كما يتم الاعتماد على المراسلات الورقية بين مصالح المديرية في ممارسات الادارية	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	استخدام موظفي المديرية لوسائل الاتصال الهاتف والفاكس والمراسلات والتقارير	11
لا يوجد	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	استخدام القائمين بالعلاقات العامة المكلف بالاتصال والمكلف بالإعلام ومدير المؤسسة ورؤساء مصالحها لوسائل الاتصال الحديثة	12
لا يوجد	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدية	ايجابي	التعريف بالبرامج الصحية ونشاطات العلاقات العامة	13

		المدينة		لمديرية الصحة و السكان لولاية المدينة عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدينة في موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك	
لا يوجد	15 د	الإذاعة والتلفزيون ومختلف المنصات الرقمية التي أنشأتها لهذا الغرض	ايجابي	السهر على تغطية أنشطة العلاقات العامة لاستهداف أكبر عدد ممكن من المستمعين و المشاهدين من خلال بثها عبر الإذاعة والتلفزيون	14
لا يوجد	15 د	بهو مديرية الصحة والسكان بولاية المدينة	ايجابي	تخصيص سجل للشكاوى وتخصيص يوم لاستقبال المواطنين	15
الاكتفاء بإعلام الجمهور الداخلي والخارجي عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدينة فايسبوك دون تحيين الموقع الالكتروني لمديرية الصحة والسكان	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدينة	ايجابي	وجود اتصال و تنسيق عند تنظيم أو الاشراف على نشاط للعلاقات العامة	16
لا يوجد يجب إظهارها من خلال خطابات مدير الصحة	15 د	مديرية الصحة والسكان بولاية المدينة	ايجابي	وجود استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة بقطاع الصحة	17

الملحق رقم 4: برنامج نشاط علاقات عامة تحت اشراف المديرية الصحة والسكان بولاية المدية يدخل ضمن برامج مديريةية التكوين لوزارة الصحة بعنوان:

Programme de la 2^{ème} session de 14^{ème} journée de formation des paramédicaux sur le thème : « Organisation des soins dans un établissement de santé » 27 Mai 2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLICQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
وزارة الصحة
MINISTERE DE LA SANTE
DIRECTION DE LA FORMATION

Programme de la 2^{ème} session de la 14^{ème} journée de formation des paramédicaux sur le thème :
« Organisation des soins dans un établissement de santé »
27 MAI 2024

Horaires	Intitulé	Communicant
08h00-09h00	Accueil des Participants	
09h00-09h15	Allocution de Monsieur le Directeur de la Santé	
	Ouverture de la journée	Mme KHOUALED Lynda Directrice de la Formation
1^{ère} séance		
Président : Mme. KADIM Hamida		
09h15-9h30	Application des précautions standards par le personnel soignant du service de médecine interne de l'EPH Frères HADBI Larbaa Nath Irathen (W. Tizi Ouzou)	Mme. IMERZOUKENE Melissa, Hygiéniste de santé publique EPSP Larbaa Nath Irathen. (W. Tizi Ouzou)
09h30 - 9h45	Les missions du coordinateur des activités paramédicales et du cadre paramédical dans le Management des équipes soignantes	Mme. DEBIACHE Keltoum Coordinatrice des activités paramédicales CCA, CHU Mustapha
09h45-10h00	Le paramédical dans le dossier électronique médical entre défis et perspectives	Mr. BENSEFRAR Mourad Coordinateur des activités paramédicales EPH Blida
10h45-10h15	L'intérêt de la mise en place d'une check liste au niveau du bloc opératoire de l'EPH Médéa	Mme. BELEDZAR Nabila, Coordinatrice des activités paramédicales EPH Médéa
10h15-10h45	Débat	
10h45-11h00	Pause-café	
2^{ème} séance		
Président : Mr. TALEB Mohamed		
11h00-11h15	La check liste en Anesthésie-Réanimation dans l'organisation des soins au bloc opératoire à l'EPH El Attaf (W. Ain Defla)	Mr. BENSABA Abderrahmane Auxiliaire Médical en Anesthésie-Réanimation de santé publique EPH El Attaf (W. Ain Defla)
11h15-11h30	Elaboration de l'évaluation gériatrique standardisée au niveau du service des urgences médicales du CHU Tizi Ouzou	Mr. MOKRANE Ramdane Infirmier de santé Publique Service des urgences CHU

الملحق رقم 5: برنامج نشاط علاقات عامة نظم بالتنسيق مع مديرية الصحة والسكان لولاية المدية بعنوان:

11^{ème} journée D' étude Médico-Chirurgical Organiser le 20 Mai 2024

SCIENCE et technologie DE L'UNIVERSITÉ Dr YAHIA FARES-MÉDÉA et EHS Dr Benzerdjeb -Ain Temouchent et en coordination avec la DSP et la DASS de MEDEA
ORGANISENT : le 20 mai 2024



11^{ème} JOURNÉE D'ÉTUDE MEDICO-CHIRURGICAL



PROGRAMME

- 8H : 00mn - Accueil des Participants
- Cérémonie d'ouverture par l'allocation des Autorités Centrales et Locales
- Allocation de Mr le Recteur de l'Université de Médéa
- 9H : 15mn - Présentation des deux Organisations :
 - GROUPE ACIBADEM HOSPITAL.
 - ECHIFAA (Amin's Center for LYMPHODÉMA).

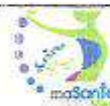
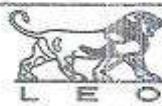
Première séance présidée par : Pr. Salima SEBTI et Pr. Hamdi KARAKAYALI

10 H 00mn à 10H20	Hypertension intracrânienne et tumeurs cérébrales Pr. Benaïssa. ABDENNEBI, Pr. Neurochirurgien (Ex chef service CHU. Zmirli El Harrach - Alger)
10H 20mn à 10 H 40	Scoliose et Robotique Pr. Fatih. DIKICI. (Professeur Agrégé Orthopédie et Traumatologie Istanbul -Turkie).
10H40à 11H00mn	La prise en charge chirurgicale des scolioses de l'enfant et l'adolescent, expérience de l'unité de scoliose de EHS Dr. Benzerdjeb Ain Temouchent. Algérie Dr. BENMANSOUR (chirurgien infantile spécialisé dans la Scoliose)
11H00 – 11H15mn	Débat,
11H15mn-11H30	Pause-café.

Deuxième séance présidée par : Pr Benaïssa. ABDENNEBI, Pr DIKICI. Fatih

11H30 à 11H 50 mn	Chirurgie Réparatrice . Pr Mehmet Veli KARAALTIN (Pr . Plastic Reconstructive and Aesthetic surgery European Board Certified ISAP Member)
11H50 à 12H 10 mn	Traitement du pied diabétique par la décharge Pr. Salima SEBTI, (professeur agrégée spécialiste en podologie, pieds diabétique et rééducation fonctionnelle, ex hôpital militaire BOUCHAOUÏ - Alger)
12H10 mn à 12H30	Greffe d'Organe, diagnostie et prise en charge. Pr. Hamdi KARAKAYALI, (Greffe hépatique et greffe rénal)
12H30mn -14H30mn	-Débat , clôture ,et Déjeuner

Lieu de l'évènement : Salle des congrès Hadj Hamdi, université Yahia FARES- MEDEA - le 20 mai 2024



E mail : associationchiffaa2015@gmail.com

TEL/FAX:025-78-35-06

Face book : sechiffaa@gmail.com

الملحق رقم 6: صورة واجهة لكتيب لنشاط علاقات عامة تم تنظيمه بالتنسيق مع مديرية الصحة والسكان لولاية المدية بعنوان:
المؤتمر التاسع بن يوسف بن خدة لأمراض القلب و الأمراض المزمنة يومي 30 و 31 ماي 2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
تحت الرعاية السامية لوالي ولاية المدية
و بالتنسيق مع مديرية الصحة و السكان لولاية المدية
الجمعية الجزائرية لمرض الضغط الشرياني
جمعية حكيم للأطباء العاميين لولاية المدية
تنظم

**المؤتمر التاسع
بن يوسف بن خدة**
لأمراض القلب و الأمراض المزمنة
30 و 31 ماي 2024
كافة يحمي فارس - المدية

**Le 9ème Congrès
Benyoucef Benkhedda
Sur le Cœur et Comorbidités
Le 30 et 31 Mai 2024
Médéa
Pôle Universitaire Yahia Fares**

Les Thèmes
Cœur et Diabète
Cœur et Rein
Obésité et Maladies Métaboliques
Troubles su Rythme cardiaque
Cardiopathies congénitales
Gériatrie

Association.HAKIM

SAOMM
La Société Algérienne de Diabétologie

SAHA

SADIRB

الملحق رقم 7: ملصقة اعلانية تم استخدامها في اطار التحسيس للوقاية من أخطار الكيس المائي والتعريف بكيفية العدوى وطرق الوقاية منه عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان لولاية المدية "فايسبوك" تاريخ التصفح ماي 2024

الكيس المائي Le Kyste Hydatique

العدوى تنتقل إلى الحيوان عن طريق تناول الأعشاب أو شرب المياه الملوثة بالديدان الشريطية

تلوث الخضار والفواكه بفضلات الكلب ملوثة بالديدان

طرح الكلب لفضلات ملوثة بالديدان

الكيس المائي، أو المكورات الشوكية المائية، هو مرض طفيلي معدي يسببه الابتلاع عن طريق الخطأ لبيض المشوكات من نوع **Echinococcus granulosus** التي تنشأ في جسم الكلب الذي يعد المضيف النهائي المعتاد للديدان الشريطية.

دورة الحياة للدودة الشريطية **Echinococcus granulosus**



تحدث العدوى عن طريق تناول الأغنام، الأبقار، الماعز أعشاب أو مياه ملوثة ببيض الديدان الشريطية. يتحول بيض الديدان داخل أجسامهم إلى أكياس مائية والتي تتواجد بشكل أكبر في الكبد والرئتين.



شكل دودة الكيس المائي من نوع **Echinococcus granulosus**



ينتقل مرض الكيس المائي للإنسان عند لمسه لكلب مصاب أو أكله لخضار وفواكه ملوثة ببيض الديدان . يظهر هذا المرض الذي قد يؤدي إلى الوفاة، عن طريق تكوين كيس مائي يتواجد بشكل أكبر في الكبد والرئتين.

يجب فحص الذبيحة من طرف الطبيب البيطري خاصة في الأعياد والمناسبات



توصيات و نصائح وقائية

1. غسل اليدين بالماء والصابون قبل الأكل و خاصة بعد لمس الكلب.
2. غسل الخضار والفواكه جيدا.
3. تعودوا على أخذ كلابكم الى الطبيب البيطري لفحصها و إعطائها دواء طارد للحشرات.
4. تجنب اطعام الكبد و الرئتين الذبيحة للكلاب.

يجب تخلص من الأعضاء المصابة للذبيحة كالكبد و الرئتين بالحرق أو الدفن العميق



فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
19	يبين قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان	رقم 1
22-21	يبين المخطط الزمني للمقابلات	رقم 2
26	يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان حسب متغير السن	رقم 3
27	يبين عدد عناصر العينة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير الجنس	رقم 4
28	يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير المستوى التعليمي	رقم 5
30	يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير الوظيفة	رقم 6
31	يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة حسب متغير الأقدمية	رقم 7
33	يبين عدد أفراد عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب متغير السن	رقم 8
34	يبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب متغير الجنس	رقم 9
35	يبين عدد أفراد عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب متغير المستوى التعليمي	رقم 10
36	يبين عدد أفراد عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب متغير الوظيفة	رقم 11

37	يبين أفراد عينة الدراسة لمستخدمي EPH-MEDEA حسب متغير الأقدمية	رقم 12
252	يبين المصالح والوحدات التابعة للمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدينة	رقم 13
258- 260	يبين برنامج نشاطات العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية المدينة	رقم 14
260	أنشطة تم متابعتها عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحة والسكان بولاية المدينة "فايسبوك"	رقم 15
261	يبين الجهة ادارية تابعة لها خلية الاعلام والاتصال بالمديرية	رقم 16
263	يبين الجهة الادارية التابع لها جهاز العلاقات العامة (خلية الاعلام والاتصال) بمديرية الصحة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 17
264	يبين إجابات المستخدمين حول مدى ايلاء الادارة العليا لمديرية الصحة أهمية للاتصال والعلاقات العامة	رقم 18
266	يبين إجابات المستخدمين حول مدى ايلاء الادارة العليا للمديرية أهمية للاتصال والعلاقات العامة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 19
267	يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان	رقم 20
269	يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 21
270	يبين اجابات المستخدمين عن الجهة التي يفضلون الاتصال بها لطرح انشغالاتهم	رقم 22
271	يبين الجهة التي يفضل المستخدم الاتصال بها لطرح انشغالاته بمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 23
272	يبين اجابات المستخدمين اذا سبق لهم الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال	رقم 24

273	بين مدى اتصال مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة بالمكلف بالإعلام والاتصال (مسؤول العلاقات العامة) بمديرية الصحة والسكان لولاية المدينة	رقم 25
276	يبين اجابات مستخدمين المديرية عن سبب اتصاليهم بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان	رقم 26
277	يبين سبب اتصال مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان بولاية المدينة	رقم 27
278	يبين اجابة المستخدمين عن مدى تجاوب مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) معهم	رقم 28
279	يبين مدى تجاوب مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة مع مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 29
281	يبين المواصفات التي يتحلى بها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة	رقم 30
283	يبين المهارات الاتصالية (المواصفات) التي يتحلى بها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 31
284	يبين رأي المستخدمين عن المهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال في مديرية الصحة والسكان	رقم 32
286	يبين مستوى المهارات التي يتسم بها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة و السكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 33
287	يبين الوظائف الأساسية التي يؤديها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) بمديرية الصحة والسكان	رقم 34
289	يبين الوظائف الأساسية التي يؤديها مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة والسكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 35
290	يبين اجابات مستخدمي مديرية الصحة والسكان لولاية المدينة حول أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية	رقم 36

292	يبين أهم أنشطة العلاقات العامة للمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 37
293	يبين اتصال مسؤول العلاقات العامة بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي	رقم 38
295	يبين مدى قيام مسؤول العلاقات العامة (المكلف بالإعلام والاتصال) في مديرية الصحة بالاتصال بالمصالح الادارية والتقنية حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 39
296	يبين وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة حسب مستخدمى المديرية	رقم 40
298	يبين مدى وجود تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ نشاط العلاقات العامة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 41
299	يبين رأي المستخدمين حول مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة	رقم 42
301	يبين مستوى تنظيم نشاط العلاقات العامة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 43
302	يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب مستخدمى مديرية الصحة والسكان	رقم 44
304	يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب رأي مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 45
305	يبين مدى انجاز أنشط العلاقات العامة بتنسيق محكم حسب مستخدمى مديرية الصحة والسكان بولاية المدينة	رقم 46
306	يبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 47
308	يبين مدى إجراء القائمين على العلاقات العامة سبر آراء حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 48
309	يبين مدى اجراء القائمين بالعلاقات العامة لسبر آراء حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 49

310	يبين مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 50
311	يبين مدى الأخذ بعين الاعتبار لنتائج سبر الآراء حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 51
313	يبين مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان بولاية المدينة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب مستخدمى المديرية	رقم 52
314	يبين مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 53
317	يبين تحديد وسائل الاتصال التي يحصل منها المستخدم على الأخبار والمعلومات حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 54
320	يبين تحديد بالترتيب وسائل الاتصال التي يحصل المستخدم بالمؤسسة الاستشفائية منها على الأخبار والمعلومات	رقم 55
322	يبين مدى وجود أثر ايجابي على الاتصال والتواصل بين مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 56
324	يبين أهم المضامين التي يفضل المستخدم بمديرية الصحة الاطلاع عليها	رقم 57
325	يبين أهم المضامين التي يفضل المستخدم بالمؤسسة الاستشفائية الاطلاع عليها	رقم 58
327	يبين وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب مستخدمى مديرية الصحة والسكان	رقم 59
329	يبين وسائل الاتصال أكثر فاعلية مرتبة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 60
331	يبين سبب اللجوء الى استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 61
333	يبين سبب اللجوء الى استخدام المستخدم بالمؤسسة الاستشفائية لهذه الوسائل الاتصالية الحديثة	رقم 62
334	يبين الهدف من استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة حسب مستخدمى مديريةية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 63

335	يبين الهدف من استخدامها للوسائل الاتصالية الحديثة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 64
337	يبين سمات رسائلها الاتصالية حسب مستخدمى مديرية الصحة	رقم 65
338	يبين السمات التي تتميز رسائلها الاتصالية بها حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 66
339	يبين مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 67
340	يبين مدى نجاح هذه الرسائل في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 68
342	يبين القيم التي ترتبط بها الصورة المترسخة عن مديرية الصحة والسكان لدى جمهورها حسب مستخدمى المديرية	رقم 69
343	يبين مدى ارتباط هذه الصورة المترسخة بالقيم حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 70
344	يبين طبيعة الصورة المترسخة لدى مستخدمى مديرية الصحة والسكان عن مؤسستهم	رقم 71
346	يبين طبيعة صورة مديرية الصحة والسكان بالمدينة المترسخة لدى مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 72
347	يبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 73
349	يبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة بالمديرية لمتابعة تطورات الأزمة الصحية لوباء كورونا حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 74
350	يبين تعامل طريقة المؤسسة عند حدوث أزمة وباء كورونا حسب مستخدمى مديرية الصحة و السكان بالمدينة	رقم 75
352	يبين طريقة تعامل المؤسسة الاستشفائية عند حدوث أزمة وباء كورونا حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية بالمدينة	رقم 76

354	يبين مدى التنسيق والاتصال بين مديرية الصحة والسكان لولاية المدية والمؤسسة الاستشفائية لمتابعة تطورات أزمة كورونا حسب مستخدمي المؤسسة	رقم 77
356	يبين مدى فاعلية التدابير والاجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة والسكان بالمدية لمواجهة الأزمة الصحية حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 78
357	يبين مدى تبني مديرية الصحة والسكان لاستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية	رقم 79
359	يبين مدى وجود خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة	رقم 80
361	يبين الى أي جهة ادارية تابع لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة حسب الوظيفة	رقم 81
363	يبين مدى أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة	رقم 82
365	يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة	رقم 83
367	يبين مدى اتصال المستخدم بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة	رقم 84
369	يبين مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية مع المستخدم حسب متغير الوظيفة	رقم 85
371	يبين تقييم المهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة	رقم 86
373	يبين مدى اتصال المكلف بالإعلام والاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي حسب متغير الوظيفة	رقم 87
375	يبين مدى وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة	رقم 88
376	يبين المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة	رقم 89

378	يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب متغير الوظيفة	رقم 90
379	يبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة	رقم 91
381	يبين مدى اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة	رقم 92
382	يبين مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب متغير الوظيفة	رقم 93
384	يبين مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة	رقم 94
385	يبين مدى وجود مكتب لخلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة و السكان حسب متغير الأقدمية	رقم 95
387	يبين الجهة ادارية تابعة لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة حسب متغير الأقدمية	رقم 96
389	يبين مدى أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية	رقم 97
391	يبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية	رقم 98
393	يبين مدى قيام المستخدم بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية	رقم 99
394	يبين مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان مع المستخدمين حسب متغير الأقدمية	رقم 100
396	يبين تقييم المستخدمين للمهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب الأقدمية	رقم 101
398	يبين مدى اتصال المكلف بالإعلام والاتصال بالمديرية بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي حسب متغير الأقدمية	رقم 102
400	يبين وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية	رقم 103

401	يبين المستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدينة حسب متغير الأقدمية	رقم 104
403	يبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب متغير الأقدمية	رقم 105
405	يبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب متغير الأقدمية	رقم 106
406	يبين مدى اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة حسب متغير الأقدمية	رقم 107
407	يبين مدى أخذ القائمين على شؤون مديرية الصحة بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب متغير الأقدمية	رقم 108
409	يبين مدى اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الأقدمية	رقم 109
411	يبين مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها حسب متغير الأقدمية	رقم 110
413	يبين طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدم عن المؤسسة حسب متغير الأقدمية	رقم 111
415	يبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية كورونا حسب متغير الأقدمية	رقم 112
417	يبين مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة لمواجهة أزمة وباء كورونا حسب متغير الأقدمية	رقم 113
419	يبين مدى تبني مديرية الصحة والسكان لإستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات حسب متغير الأقدمية	رقم 114
421	يبين العلاقة بين اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة و نجاح الرسالة الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها	رقم 115
424	يبين العلاقة بين نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها وطبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدم عن المؤسسة	رقم 116

426	يبين العلاقة بين اعتماد المديرية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة وطبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين عن المؤسسة	رقم 117
428	يبين العلاقة بين اتصال المكلف المستخدم بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة والسكان و مستوى تجاوبه معهم	رقم 118
430	يبين العلاقة بين وسائل الاتصال الأكثر فاعلية حسب المستخدمين (الانترنت) و نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها	رقم 119

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
104	الهيكل التنظيمي الداخلي للعلاقات العامة وفقا للوظائف الأساسية	أ
105	الهيكل التنظيمي الداخلي طبقا لفئات الجمهور	ب
105	هيكل التنظيم الداخلي طبقا لنوع السلعة أو الخدمة المقدمة الى الجمهور	ت
106	هيكل التنظيم الداخلي وفقا لوسائل اتصال العلاقات العامة	ث
107	أسلوب التنظيم الداخلي المركب	ج
151	هرم تنظيمي يبين المستويات الادارية داخل المؤسسة العمومية	ح
154	رسم توضيحي لموقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسات العمومية	خ
160	خارطة تنظيمية تبين التقسيم الداخلي لقسم العلاقات العامة لإحدى المؤسسات الصحية	د
161	الهيكل التنظيمي مع وسائل التثقيف و العلاقات العامة الخارجية و الداخلية للمستشفيات	ذ
163	موقع مقترح لقسم العلاقات العامة حسب التنظيم الخارجي	ر
170	مخطط تمثيلي لشبكة ومركزية الاتصالات	ز
177	وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة	س
179	وسائل الاتصال المكتوبة التي تستخدمها العلاقات العامة	ش
182	وسائل الاتصال السمعية التي تستخدمها العلاقات العامة	ص
186	وسائل الاتصال المرئية التي تستخدمها العلاقات العامة	ض
245	الهيكل التنظيمي لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية (باللغة الفرنسية)	ط
246	الهيكل التنظيمي لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية (باللغة العربية)	ظ
27	يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديريةية الصحة والسكان لولاية المدية حسب متغير السن	رقم 1
28	يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديريةية الصحة والسكان لولاية المدية حسب متغير الجنس	رقم 2

29	يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان لولاية المدية حسب متغير المستوى التعليمي	رقم 3
31	يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان لولاية المدية حسب متغير الوظيفة	رقم 4
32	يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي مديرية الصحة والسكان لولاية المدية حسب متغير الأقدمية	رقم 5
34	يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية حسب متغير السن	رقم 23
35	يمثل دائرة نسبية تبين عدد عناصر عينة الدراسة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية حسب متغير الجنس	رقم 24
36	يمثل دائرة نسبية تبين عدد أفراد عينة الدراسة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية حسب متغير المستوى التعليمي	رقم 25
37	يمثل دائرة نسبية تبين أفراد عينة الدراسة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية حسب متغير الوظيفة	رقم 26
38	يمثل دائرة نسبية تبين أفراد عينة الدراسة لمستخدمي المؤسسة الاستشفائية بالمدية حسب متغير الأقدمية	رقم 27
251	يمثل مخطط الهيكل التنظيمي لإدارة للمؤسسة الاستشفائية "محمد بوضياف" بالمدية	رقم 22
262	يمثل دائرة نسبية تبين اجابات المستخدمين عن اي جهة ادارية تابعة لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان	رقم 7
264	يمثل دائرة نسبية تبين الجهة الادارية التابعة لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 29
265	يمثل دائرة نسبية تبين مدى أهمية للاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا للمديرية	رقم 8
267	يمثل دائرة نسبية تبين مدى ايلاء الادارة العليا لمديرية الصحة أهمية للاتصال والعلاقات العامة	رقم 30

268	يمثل دائرة نسبية تبين درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا للمديرية	رقم 9
273	يمثل دائرة نسبية تبين ان سبق للمستخدمين الاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال لمديرية	رقم 10
275	يمثل دائرة نسبية تبين مدى قيام مستخدمو المؤسسة الاستشفائية بالمدينة بالاتصال بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية	رقم 31
279	يمثل دائرة نسبية تبين مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال مع المستخدم	رقم 11
280	يمثل دائرة نسبية تبين مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة مع مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 32
285	يمثل دائرة نسبية تبين رأي المستخدمين في المهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالاتصال	رقم 12
287	يمثل دائرة نسبية تبين المهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالإعلام و الاتصال بمديرية الصحة حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 33
294	يمثل دائرة نسبية يبين اجابات المستخدمين حول اذا ما قام المكلف بالإعلام والاتصال بالاتصال بمختلف المصالح بشكل كافيا	رقم 13
296	يمثل دائرة نسبية تبين مدى اتصال المكلف بالإعلام والاتصال لمديرية الصحة بالمصالح الادارية والتقنية للمؤسسة الاستشفائية	رقم 34
297	يمثل دائرة نسبية تبين اجابات لمستخدمين ان تم تنفيذ نشاط العلاقات العامة بتنظيم وتحكم	رقم 14
299	يمثل دائرة نسبية تبين مدى وجود تنظيم وتحكم جيد في تنفيذ النشاط العلاقات العامة حسب رأي مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 35
300	يمثل دائرة نسبية تبين رأي المستخدمين حول مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة	رقم 15
302	يمثل دائرة نسبية تبين رأي مستخدمي المؤسسة الاستشفائية عن مستوى تنظيم نشاط العلاقات العامة	رقم 36

303	يمثل دائرة نسبية تبين اجابات المستخدمين عن مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له	رقم 16 (12-3)
305	يمثل دائرة نسبية تبين مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 37
306	يمثل دائرة نسبية يبين رأي المستخدمين فيما ان تم انجاز نشاط العلاقات العامة بتنسيق محكم	رقم 17
307	يمثل دائرة نسبية تبين مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 38
310	يمثل دائرة نسبية تبين مدى اجراء القائمون بالعلاقات العامة سبر آراء حسب المؤسسة الاستشفائية	رقم 39
312	يمثل دائرة نسبية يبين مدى الأخذ بعين الاعتبار لنتائج سبر الآراء حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 40
314	يمثل دائرة نسبية تبين مدى اعتماد المديرية على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة	رقم 18
316	يمثل دائرة نسبية تبين مدى اعتماد مديرية الصحة و السكان على استراتيجية لتفعيل العلاقات العامة حسب مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 41
323	يمثل دائرة نسبية تبين مدى وجود أثر ايجابي على الاتصال والتواصل بين مستخدمى المؤسسة الاستشفائية	رقم 42
340	يمثل دائرة نسبية تبين مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها	رقم 19
341	يمثل دائرة نسبية تبين مدى نجاح هذه الرسائل في ترسيخ انطباع الحسن عن المؤسسة لدى جمهورها	رقم 43
345	يمثل دائرة نسبية تبين طبيعة الصورة المترسخة لدى مستخدم بالمديرية عن مؤسسته	رقم 20
347	يمثل دائرة نسبية تبين طبيعة الصورة مديرية الصحة التي ترسخت لدى المستخدم	رقم 44
348	يمثل دائرة نسبية تبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائية كورونا	رقم 21

349	يمثل دائرة نسبية تبين مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات أزمة وباء كورونا	رقم 45
355	يمثل دائرة نسبية تبين ان تم التنسيق و الاتصال بين مديرية الصحة والمؤسسة الاستشفائية لمتابعة تطورات أزمة وباء كورونا	رقم 46
357	يمثل دائرة نسبية تبين مدى فاعلية التدابير والاجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة و السكان بالمدينة لمواجهة الأزمة الصحية حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 47
358	يمثل دائرة نسبية تبين مدى تبني مديرية الصحة والسكان لاستراتيجية اتصالية في مواجهة الأزمات حسب مستخدمي المؤسسة الاستشفائية	رقم 48
360	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين حول مدى وجود مكتب لخلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب الوظيفة	رقم 49
362	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن الى أي الجهة الادارية تابعة لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة حسب الوظيفة	رقم 50
364	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين حول أهمية الاتصال و العلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب الوظيفة	رقم 51
366	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن درجة أهمية الاتصال و العلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان حسب الوظيفة	رقم 52
368	يمثل أعمدة بيانية تبين مدى اتصال المستخدمين المبحوثين بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب الوظيفة.	رقم 53
373	يمثل أعمدة بيانية تبين تقييم المستخدمين للمهارات الاتصالية للمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة	رقم 55
374	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى اتصال المكلف بالإعلام والاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي حسب متغير الوظيفة	رقم 56
376	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى وجود تنظيم وتحكم في تنفيذ نشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب متغير الوظيفة	رقم 57
377	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة	رقم 58

379	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب متغير الوظيفة	رقم 59
380	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الوظيفة	رقم 60
382	يمثل أعمدة بيانية يبين اجابات المستخدمين عن مدى اجراء سبر آراء من قبل القائمين على العلاقات العامة حسب الوظيفة	رقم 61
383	يمثل أعمدة بيانية يبين اجابات المستخدمين عن مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب متغير الوظيفة	رقم 62
385	يمثل أعمدة بيانية يبين اجابات المستخدمين عن مدى اعتماد مديرية الصحة والسكان على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الوظيفة	رقم 63
386	يمثل أعمدة بيانية تبين إجابات المستخدمين حول مدى وجود مكتب لخلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة و السكان حسب متغير الأقدمية	رقم 83
388	يمثل أعمدة بيانية تبين إجابات المستخدمين عن الى اي جهة تتبع لها خلية الاعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية	رقم 84
390	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين حول أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة والسكان بالمدينة حسب متغير الأقدمية	رقم 85
392	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين حول درجة أهمية الاتصال والعلاقات العامة للإدارة العليا لمديرية الصحة و السكان حسب متغير الأقدمية	رقم 86
394	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى اتصال المستخدمين المبحوثين بالمكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية	رقم 87
395	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين حول مدى تجاوب المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان معهم حسب متغير الأقدمية	رقم 88

397	يمثل أعمدة بيانية تبين تقييم المستخدمين للمهارات الاتصالية التي يتسم بها المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة والسكان حسب متغير الأقدمية	رقم 89
399	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن مدى قيام المكلف بالإعلام والاتصال بمديرية الصحة بالاتصال بمختلف المصالح الادارية والتقنية بشكل كافي حسب متغير الأقدمية	رقم 90
402	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدم حول مستوى التنظيمي لنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بالمدية حسب متغير الأقدمية	رقم 92
404	يمثل أعمدة بيانية يبين اجابات المستخدمين عن مدى تنفيذ برامج العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب الجدول الزمني والمكاني المخطط له حسب متغير الأقدمية	رقم 93
406	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين عن مدى وجود تنسيق محكم للقيام بنشاط العلاقات العامة بمديرية الصحة حسب متغير الأقدمية	رقم 94
409	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى أخذ بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء حسب متغير الأقدمية	رقم 96
411	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين حول مدى اعتماد مديرية الصحة على استراتيجية قطاعية لتفعيل العلاقات العامة حسب متغير الأقدمية	رقم 97
413	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي مستخدمي المديرية عن مدى نجاح الرسائل الاتصالية في ترسيخ انطباع حسن عن المؤسسة لدى جمهورها الخارجي حسب متغير الأقدمية..	رقم 98
414	يمثل أعمدة بيانية تبين طبيعة الصورة المترسخة لدى المستخدمين عن المؤسسة حسب متغير الأقدمية	رقم 99
416	يمثل أعمدة بيانية تبين اجابات المستخدمين عن مدى تشكيل خلية يقظة أو خلية أزمة لمتابعة تطورات الأزمة الوبائي حسب متغير الأقدمية	رقم 100
418	يمثل أعمدة بيانية تبين رأي المستخدمين حول مدى فاعلية التدابير والإجراءات التي اتخذتها مديرية الصحة لمواجهة أزمة وباء كورونا حسب متغير الأقدمية	رقم 101

420	يمثل أعمدة بيانفة تبفن اجاباف المسخدمفن حول مدى تفبف مفرفة الصءة والسكان لإسفرافففة افصالفة فف مواءة الأزماف حسب مفففر الأفقمفة	رقم 102
423	يمثل أعمدة بيانفة تبفن طبففة العلاقة بفن اعمام مفرفة الصءة على اسفرافففة قفاةفة لفففل العلافاف العامة و مدى نءاف الرسالة الافصالفة فف فرسفف انطباع حسن عن المؤسسة لى ءمهورها	رقم 103
425	يمثل أعمدة بيانفة تبفن طبففة العلاقة بفن نءاف الرسائل الافصالفة فف فرسفف انطباع حسن عن المؤسسة لى ءمهورها و مدى اعمام المفرفة على اسفرافففة قفاةفة لفففل العلافاف العامة	رقم 104
427	يمثل أعمدة بيانفة بفبن طبففة العلاقة بفن مدى اعمام المفرفة على اسفرافففة قفاةفة لفففل العلافاف العامة و طبففة الصورة المفرسة لى المسخدمفن المءوئفن عن المؤسسة	رقم 105

رقم الصفحة	المحتوى
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الانجليزية
	خطة البحث
أ-ج	مقدمة:
5	الجانب المنهجي للدراسة
7-6	1- الإشكالية
8	2- تساؤلات الدراسة
8	3- فرضيات الدراسة
8	4- أسباب اختيار الموضوع
9	5- أهمية الدراسة وأهدافها
10	6- منهج وأدوات جمع البيانات
23	7- مجتمع البحث وعينة الدراسة
38	8- المجال الزمني والمكاني للدراسة
40	9- الدراسات السابقة
45	10- تحديد المفاهيم والمصطلحات
52	11- المقاربة النظرية التي المعتمدة في الدراسة
54	الجانب النظري للدراسة
55	الفصل الأول: المدخل المفاهيمي والنظري للعلاقات العامة
56	المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة في المؤسسة العمومية
63	المبحث الثاني: أنواع العلاقات العامة
64	المبحث الثالث: أهمية وأهداف العلاقات العامة
69	المبحث الرابع: المدخل النظري للعلاقات العامة
97	الفصل الثاني: ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية
97	المبحث الأول: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة
99	المبحث الثاني: تنظيم ادارة العلاقات العامة
110	المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة
120	المبحث الرابع: الموارد البشرية للعلاقات العامة

126	المبحث الخامس: أنشطة العلاقات العامة و برامجها
132	الفصل الثالث: العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية في الجزائر
134	المبحث الأول: طبيعة العلاقات العامة اتجاهاتها الحديثة ورؤيتها المعاصرة والصعوبات التي تواجهها في قطاع الصحة العمومية
150	المبحث الثاني: إدارة العلاقات العامة ومواصفات القائم بها في قطاع الصحة العمومية
171	المبحث الثالث: وسائل وقنوات الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة في قطاع الصحة العمومية
200	المبحث الرابع: أثر ممارسة العلاقات العامة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة على تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها
206	المبحث الخامس: دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات
240	الجانب التطبيقي للدراسة
241	الفصل الرابع: واقع العلاقات العامة في مديرية الصحة والسكان بولاية المدية و كيفية تفعيلها بما يساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي
242	المبحث الأول: عرض لمديرية الصحة والسكان بولاية المدية
261	المبحث الثاني: قراءة وتحليل نتائج الدراسة
359	المبحث الثالث: تفسير نتائج الدراسة
421	المبحث الرابع: اختبار مدى صحة فرضيات الدراسة
432	المبحث الخامس: الاستنتاجات
	الخاتمة
	التوصيات