

### المقدمة:

إن الإنسان اجتماعي بطبعه و أنه منذ وجوده و هو في ارتباط بأفراد مجتمعه بغض النظر إن كان هذا المجتمع صغيراً أو كبيراً، كما لا يخلو أي مجتمع في العالم من وجود الصلات المختلفة من القربى و اعتبارات المجاملة من جهة و تبادل المنافع و المصالح من جهة أخرى ، و على هذا الأساس لا تخلو أي منشأة حالياً مهما كان نوعها و نشاطها و اختصاصها من صلات العمل و المصالح و التعامل مع الآخرين و هي الصلات التي تؤدي إلى الاستقرار الاقتصادي للمنشأة مع زيادة حجم إنتاجها و فعاليتها الخدمائية و بالتالي توسيع عمل أجهزتها الإدارية و المالية و كل هذا في سياق التقدم الحاصل الذي تشهده العملية الاتصالية في كافة المجالات خاصة في شقها المتعلق بآليات الاتصال داخل المؤسسات الاجتماعية.

و يصاحب هذا التطور للمنشأة زيادة واضحة في عدد المساهمين و المتعاملين معها إضافة إلى الإطار العامل بها، و هنا تتشابك علاقات العمل و التعامل مع الأفراد و تزداد معه مسؤوليات المنشأة و الإشكاليات التي تواجه أجهزتها الإدارية.

و مع زيادة حجم حاجات الجمهور و تنوعها فرض هذا الأمر على المنشأة العمل على معرفة تطلعاته و حاجياته ، و هذا بغية استفادة الجمهور من خدماتها و أنشطتها وبهذا تصل المنشأة إلى تحقيق الأهداف و الغايات التي أنشئت على أساسها. و لكن للوصول إلى هذا المبتغى يتطلب الأمر التعاون الايجابي مع الجمهور سواء كان داخلياً أو خارجياً، و يؤدي هذا في الأخير إلى وضوح صورة المنشأة للجمهور و في المقابل إدراك هذه الأخيرة لحاجيات و متطلبات جماهيرها و أرائها المختلفة إزاء المنشأة.

و على أساس ما قيل و جب قيام جهاز أو نشاط مستمر لتوجيه السياسات و الخدمات و الأعمال ذات العلاقة بالأفراد و الجماعات التي تتعامل مع المنشأة بهدف الحصول على ثقتهم و كذلك العمل على شرح تلك السياسات و الخدمات و الأعمال بما يؤدي إلى فهمها و تقبلها و تقديرها من قبل الجمهور الداخلي و الخارجي للمنشأة و نعني بهذا الجهاز العلاقات العامة و التي أصبحت تعتبر من الظواهر الاجتماعية الجديدة بمفهومها الحديث، حيث تمثل أهم الجوانب التطبيقية لعلم الاجتماع الحديث، و التي أصبحت لها أدوار مهمة في التنظيم الإداري و البحث و التخطيط و الاتصال و التقويم و قياسات الرأي العام و كيفية التعامل معه بإيجابية،

و تحسين الصورة الذهنية و إدارة الأزمات بعلمية و تهيئة أسباب الانسجام بين مصالح المنشأة و الجماهير المتعاملة معها، انطلاقاً من التوجه الحديث الذي يركز على مبدأ مهم قوامه التناغم بين العلاقات العامة و ظروف المجتمع للوصول إلى الإقناع.

إلا أنه رغم الأهمية القصوى لوجود جهاز العلاقات العامة كشريان يديم حياة المنشأة مهما كان نوعها و حجمها و نشاطها و يرسم نجاحاتها في كافة الميادين، إلا أن كثير من المنشآت لا تزال تنتظر إلى العلاقات العامة بشكل قاصر بسبب عدم توصل القائمين على هذه المنشآت من مدراء و رؤساء الأقسام و المصالح الموجودة في قمة الهيكل التنظيمي باستيعاب الدور الذي يمكن أن يؤديه جهاز العلاقات العامة في كيان منشأتهم و المحافظة على سمعتها لأطول وقت ممكن ، الأمر الذي ينعكس سلباً على أوجه نشاطها و تعرضها للاضطراب و المشاكل و ربما الفشل و الخسارة.

و من خلال هذا الإشكال جاءت هذه الدراسة لتوضح واقع هذا الجهاز في أحد أهم مؤسسات المجتمع و المتمثلة في المؤسسات الصحية و تحديداً على مستوى مؤسساتها العمومية الاستشفائية و المؤسسات الاستشفائية المتخصصة، و ذلك لمعرفة واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية من خلال تطبيقها لميدان العلاقات العامة في مختلف البرامج و الأنشطة و الأعمال و الخدمات التي تقوم بها مؤسساتها العمومية و المتخصصة خاصة و أنها تتعامل مع أكثر من جمهور و خصوصاً فئة العملاء أي المرضى و المراجعين لهذه المؤسسات و ما تفرزه هذه الأخيرة من حساسية تجبر المؤسسات الصحية على التركيز أكثر و الاهتمام بكل الأنشطة و الخدمات التي تقوم بها و هذا حتى تضمن خدمة نوعية لهؤلاء من كافة الجوانب. هذا و بالرغم من رغبتنا في شمول الدراسة على القطاع الخاص و تحديد العيادات الخاصة إلا أن الدراسات الاستطلاعية بينت أن الطاقم الإداري في هذا النوع من المؤسسات الصحية قليل إذ لا يتجاوز عدد الموظفين أربعة أو خمسة على أقصى تقدير، و بالتالي عدم إمكانية إجراء مقارنة بين القطاعين لعدم تكافؤ العينيتين الأمر الذي جعلنا نقصر إلا على القطاع العام .

و بالتالي فإن معرفة طبيعة و واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية يعتبر الهدف الأساسي لهذا البحث و الذي توزعت فصوله على حسب الهيكل التالي:

يتناول الفصل التمهيدي مجموعة من العناصر الإشكالية، و أهمية و أهداف الدراسة، مع إبراز أهم أسباب اختيار الموضوع، فرضيات الدراسة وعرض التحديد الاصطلاحي لمختلف المفاهيم المستخدمة في البحث، و عرض الدراسات السابقة و أهم صعوبات الدراسة. بينما يتناول الفصل الأول أساسيات العلاقات العامة و التي تناول ماهية العلاقات العامة و نشأتها و أهم روادها، مع إبراز عوامل الاهتمام بها و توضيح علاقتها ببعض المصطلحات، رجل العلاقات العامة و المبادئ الأخلاقية، النماذج المرتبطة بممارسة العلاقات العامة، جماهير العلاقات العامة ، الإشارة إلى أهمية العلاقات العامة و وظائفها و أهدافها و خصائصها و أنواعها و أنشطتها، الصورة الذهنية و العلاقات العامة، وأخيرا أهم مشكلات العلاقات العامة و آفاقها المستقبلية.

أما الفصل الثاني فيتناول المؤسسة الصحية و العلاقات العامة باعتبارها تنظيم من خلال التعريف بالتنظيم و التحليل البنيوي الوظيفي للمستشفى، و علاقة هذه الأخيرة كتنظيم بالتنظيمات الأخرى في المجتمع، و الإشارة إلى تطور المستشفى و تعريفها و أهدافها و وظائفها و أخيرا أنواعها. أما عن العلاقات العامة في المستشفيات فتضمنت العناصر التالية الحاجة إلى برنامج العلاقات العامة، و توضيح صفات القائم على وظيفة الإدخال و الاستعلام، و الإشارة إلى مهام العلاقات العامة في مجال الصحة، و أخيرا أهم مشكلات العلاقات العامة في المستشفيات.

كما نجد في الفصل الثالث الإجراءات المنهجية للدراسة و التي تناولت مجالات الدراسة الزمانية و المكانية و البشرية ، و الإشارة إلى المنهج المتبع و عينة الدراسة و كيفية اختيارها ، تم توضيح أهم أدوات جمع البيانات كالمقابلة و الاستبيان و أخيرا حدود الدراسة. و عن الفصل الرابع الدراسة الميدانية و التي تناولنا فيه وصف عينة الدراسة، تنفيذ الدراسة الميدانية.

و أخيرا الفصل الخامس و الذي تم فيه عرض نتائج الدراسة الميدانية و مناقشتها، المعالجات الإحصائية ثم التوصل إلى الاستنتاج العام، و أخيرا الخاتمة و أهم الاقتراحات ثم قائمة المراجع و الملاحق.